REGIONAL MARKETS:
OSAKA AND THE KANSAI

prepared for

The Japan Trade Development Division
External Affairs and International Trade Canada

1990

External Affairs and International Trade Canada
Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada

Preface

Canadian exporters are discovering a new Japan. Firms which have focussed their efforts on specific target market segments have seen their results soar. Their success bears witness to important changes which have recently occurred in the Japanese market.

Since the mid 1980s, the substantial appreciation of the yen, Japan's concerted policy of domestic demand stimulation and a shift towards a more open import regime have significantly enhanced the competitiveness of Canadian goods in the Japanese market.

New export opportunities are not limited to the greater Tokyo area where soaring real estate prices add to the high cost of doing business in Japan's largest and most densely populated city. Major cities such as Osaka in the Kansai region, have experienced significant economic growth and, in 1986, the Canadian Consulate General in Osaka was opened to take advantage of the many new trade and investment opportunities offered by the region.

With a population of 22 million, the Kansai is Japan's second-largest industrial, financial and commercial centre after Tokyo, accounting for 20 per cent of the Japanese economy and 2 per cent of the world's gross national product. The region comprises the seven prefectures of Osaka, Kyoto, Hyogo, Shiga, Nara, Wakayama and Mie. At the heart of the Kansai lies Osaka, the original great business city of Japan, whose business people are known as the "merchants of Japan."

This guide describes the Kansai region as a market and outlines the opportunities it holds for Canadian exporters.

Further information and guidance is available from:

Japan Trade Development Division (PNJ)
External Affairs and International Trade Canada
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0G2

Tel: (613) 995-1281
Telex: 053-3745
Fax: (613) 996-4309

The Canadian Consulate General in Osaka prepared this guide to the Kansai region. Additional assistance and information is available from the Consulate General as well as the Embassy in Tokyo.

The Consulate General of Canada
2-2-3 Nishi-Shinsaibashi
Chuo-ku, Osaka 542, Japan

Mailing address:
P.O. Box 150
Osaka, Minami 542-91
Japan

Tel: (011-81-6) 212-4910
Fax: (011-81-6) 212-4914

The Canadian Embassy
7-3-38 Akasaka, Minato-ku
Tokyo 107, Japan

Cable: CANADIAN TOKYO
Tel: (011-81-3) 408-2101/8
Telex: (Destination code 72) 22218
(DOMCAN J22218)
Fax: (G3 System) 03-479-5320

92-06997/

Table of Contents

		Page
List of Tables, Figures and Maps		5
1	The Kansai Region	7
2	Economic Information	9
3	General Business Information	11
4	Export Sales Opportunities	11
5	Distribution System	13
6	Investment Opportunities	14
7	Sources of Financing and Information	15
8	Your Business Visit	15
9	Additional Reading	27
10	Useful Contacts in Japan	27
11	Contacts in Canada for Exporters to Japan	29

List of Tables, Figures and Maps

Tables

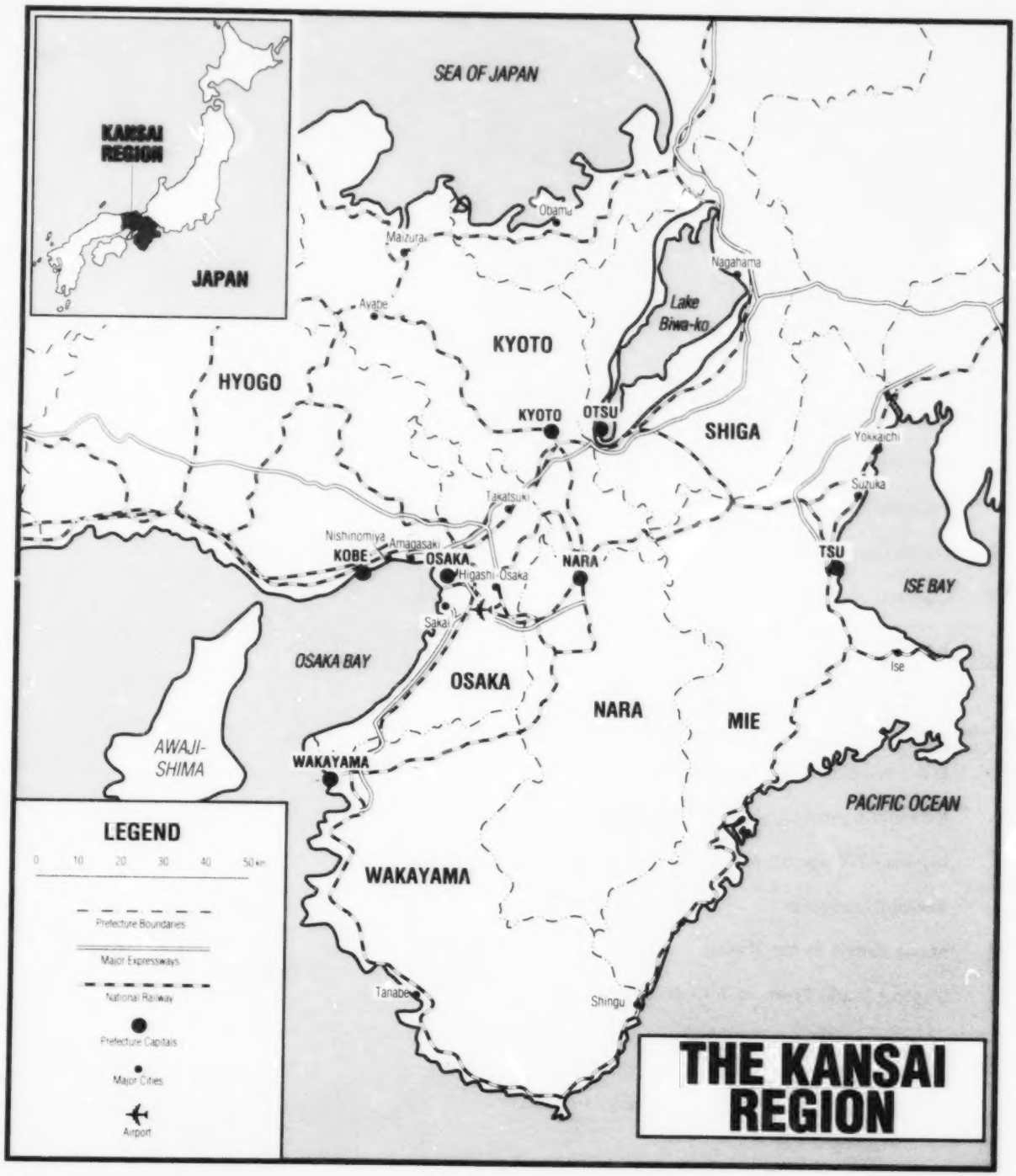
1.	Major Economic Indexes: Osaka Prefecture and Kansai	10
2.	Exporter's Briefing Sheet for Osaka	18
3.	Important Trade Shows by Sector	21
4.	Rental Companies	22
5.	Major Hotels in the Kansai	24
6.	Typical Trade Promotion Costs in Tokyo/Osaka	26

Figures

1.	Cost Comparisons: Osaka Prefecture and Tokyo	9

Maps

The Kansai Region	6
The Consulate General of Canada	16
Osaka	17
Osaka-Kobe Transportation Network	23


KANSAI REGION
JAPAN
SEA OF JAPAN
Obama
Maizuru
Nagahama
Ayabe
Lake Biwa-ko
KYOTO
HYOGO
KYOTO
OTSU
SHIGA
Yokkaichi
Suzuka
Takatsuki
Nishinomiya
Amagasaki
KOBE
OSAKA
Higashi-Osaka
NARA
TSU
ISE BAY
Sakai
OSAKA BAY
OSAKA
NARA
MIE
Ise
AWAJI-SHIMA
WAKAYAMA
PACIFIC OCEAN
WAKAYAMA
Tanabe
Shingu
LEGEND
0 10 20 30 40 50 km
Prefecture Boundaries
Major Expressways
National Railway
Prefecture Capitals
Major Cities
Airport
THE KANSAI REGION

1 The Kansai Region

"Kansai" is the historical name given to the region of the Osaka-Kyoto-Kobe core of central Japan including the immediate neighbouring prefectures. The Kansai area, which is comprised of the seven prefectures of Osaka, Kyoto, Hyogo, Shiga, Nara, Wakayama and Mie, is about the size of the Fraser Valley in Canada.

Canadian tourists arriving in Kyoto to visit Japan's thousand-year-old temples, are probably not aware that they have entered one of the largest industrial areas of the world. The Kansai region is home to several of the world's largest banks, the third largest stock market, 30 of the largest corporations and produces 2 per cent of both the world's gross national product (GNP) and non-communist trade.

Though small geographically, the Kansai has a population of some 22 million people, concentrated in the cities of Osaka, Kobe, Kyoto and Nara. The region is Japan's second-largest industrial, financial, commercial and population centre after Tokyo. It accounts for about 20 per cent of the total Japanese economy.

In 1986, the Canadian Consulate General was established in Osaka as part of the government's national trade strategy to boost Canada's commercial interests in Japan by capitalizing on opportunities for both trade and investment offered by the region's powerful economy. The Consulate General is located on the main thoroughfare in the heart of Osaka's business district. A staff of 10 services the Kansai region.

Osaka was the original great business city of Japan, serving as the nation's distribution centre. Many of Japan's foremost trading companies started here. The city has a population of over 2.6 million while 8.7 million people live in the Osaka prefecture. Despite being the headquarters of such large companies as Sumitomo, Matsushita, Sanyo, Minolta and Sharp, the region is now better characterized as the centre of medium and small enterprises representing some 92 per cent of the work force. A wide range of consumer goods are made here. But, where textiles were once the predominant export, consumer and industrial electronics have now taken over.

There are marked differences between Osaka and Tokyo. People from Osaka are proud of their cultural and social traditions which extend back to feudal times when the region prospered as a commercial centre developed by huge monopolies and controlled by the same philanthropic industrialists whose names still adorn the many bridges across the city's canals.

The highly competitive Osaka business community is quick to point out that it is more sensitive to customers' needs, and more direct in doing business than its Tokyo counterparts. It is always willing to try new ideas, especially if it means profit. Japanese instant noodles, "karaoke" (sing-along bars), business hotels and cigarette vending machines made their debut there before being adopted in Tokyo. The qualities of individuality and pride are the reasons, we are told, that all of Japan's six Nobel Prize winners were born or educated in the Kansai. Osaka business people are more outspoken than their counterparts elsewhere in the nation and are proud of their identity as the "Merchants of Japan."

Since the Second World War, Osaka has lost some of its commercial pre-eminence to Tokyo. But there is a determination to win back some of its economic clout and city officials are working feverishly to make the city more international and more able to capture its share of the growth Japan is enjoying. Stylish new hotels and other major facilities are now playing host to important international conferences, trade shows and exhibitions which are helping to revitalize the local economy and attract foreign business people to the region for the first time.

Climate and Dress

The climate in Osaka is generally hot and humid in the summer, and cold, frequently rainy and changeable in the winter. Business people should bring a top coat for the months of December through March and a lightweight rain coat for the months of June and July. Carrying a collapsible umbrella is a good idea.

It is a common custom to remove shoes in restaurants, houses and at tourist attractions such as temples and shrines. Wearing slip-on loafers, and judiciously selecting socks and hosiery is recommended. Most Japanese men generally wear suits and ties for business and semi-social meetings. A jacket is normally worn in restaurants. For women, a dress or business suit is recommended.

Currency and Banks

Major North American credit cards (AMEX, Visa, Mastercard) are accepted by most business establishments such as restaurants, hotels and department stores. Banks and major hotels cash travellers cheques. However, visitors should be prepared to pay cash for such expenses as interpretation services. Banking hours are normally 9 a.m. to 3 p.m. Monday to Friday.

Tourist Assistance

English-language assistance, travel information and instant interpretation services are available for foreigners travelling in Japan. To access these services, telephone 371-5649 in Kyoto and 502-1461 in Tokyo. Outside these cities dial toll-free 106 and ask the operator to place a collect call to the Tourist Information Centre. Most major Japanese train stations have an English-language tourist information service although it may not always be readily accessible. French-language service is virtually non-existent.

Business Hours

The work week in the Kansai is similar to that of Canada, although staff at many companies remain at their desks until 6:00 or 7:00 p.m. Many offices are open on Saturday (though that is rapidly changing) and it is usually difficult to arrange business meetings that day. Since people in the Kansai spend several hours each day commuting to and from work, meetings should not be scheduled before 9:00 a.m.

Public Holidays

It is normally not possible to arrange business meetings on the following major holidays as business offices are closed:

New Year's Day	January 1
Adult's Day	January 15
National Foundation Day	February 11
Vernal Equinox Day	March 21
Midori Day	April 29
Constitution Memorial Day	May 3
Children's Day	May 5
Respect for the Aged Day	September 15
Autumnal Equinox Day	September 23
Physical Education Day	October 10
Culture Day	November 3
Labour Thanksgiving Day	November 23
Emperor's Birthday	December 23

In addition, most offices are closed for four or five days over the year, during Golden Week (end of April and beginning of May) and for several days in mid-August for "obon" (the Festival of Souls).

Newspapers and Bookstores

There are four daily English-language newspapers available at five-star hotels and at kiosks in most major train stations. The *Asahi Evening News* (¥ 120) contains good syndicated articles, reviews and translations from the Japanese *Asahi Shimbun*. The *Japan Times* (¥ 140) is perhaps the most complete English-language daily. The *Mainichi Daily News* (¥ 120) is popular for its Kansai coverage and business-related reporting. The *Daily Yomiuri* covers major world events and some local news.

Major bookstores that carry English-language (and some French) publications include Asahiya Shoten (06) 313-1191, Kinokuniya Shoten (06) 372-5821 and Maruzen (06) 251-2621. These bookstores carry all the major international newspapers and magazines, including the excellent monthly, *Kansai Time-Out*, which is an indispensable guide to food, drink, music and local events in the Kansai area.

Postal Services

The mailing section of post offices offer a number of special services including express delivery (sokutatsu), registered mail (kakitome), domestic electronic mail (letakkusu) and international electronic mail services (kokusai denshi yubin). A regular-sized letter under 10 g costs ¥ 100 for air mail to Canada, while post cards cost ¥ 70.

Electricity

In Tokyo and eastern Japan, the electricity supply is 100 V, 50 cycles, while in Osaka and western Japan, it is 100 V, 60 cycles.

2 Economic Information

The falling US$/yen exchange rate that occurred during the early 1980s is no longer the dominant economic force in the Kansai region. However, in the wake of the appreciation of the yen, there has been a significant change in local attitudes. Today, there is a much more favourable attitude towards imports, overseas tie-ups and investment in manufacturing abroad.

The profitability of Japanese companies continues to increase as firms shift production to higher value-added items and move the manufacture of low value-added items offshore. The local economy has traditionally depended on exports for growth in GNP, but clearly all of Japan is moving towards an economy driven increasingly by domestic demand. Strong consumer spending and aggressive new business investment in plants and machinery continue to offset losses resulting from reduced exports.

There is a strong trend towards companies moving into new non-traditional business areas, adopting lower cost production strategies and opening import trade departments.

Japan's external trade surplus has been declining gradually, but it is almost certain the trade imbalance will remain a major source of political irritation in U.S.-Japan trade relations into the 1990s. Protectionist leanings, the expectation of further strengthening of the yen, and high levels of liquidity are factors that will accelerate the movement of production facilities to lower production cost centres closer to traditional export markets.

Figure 1

Cost Comparisons: Osaka Prefecture and Tokyo

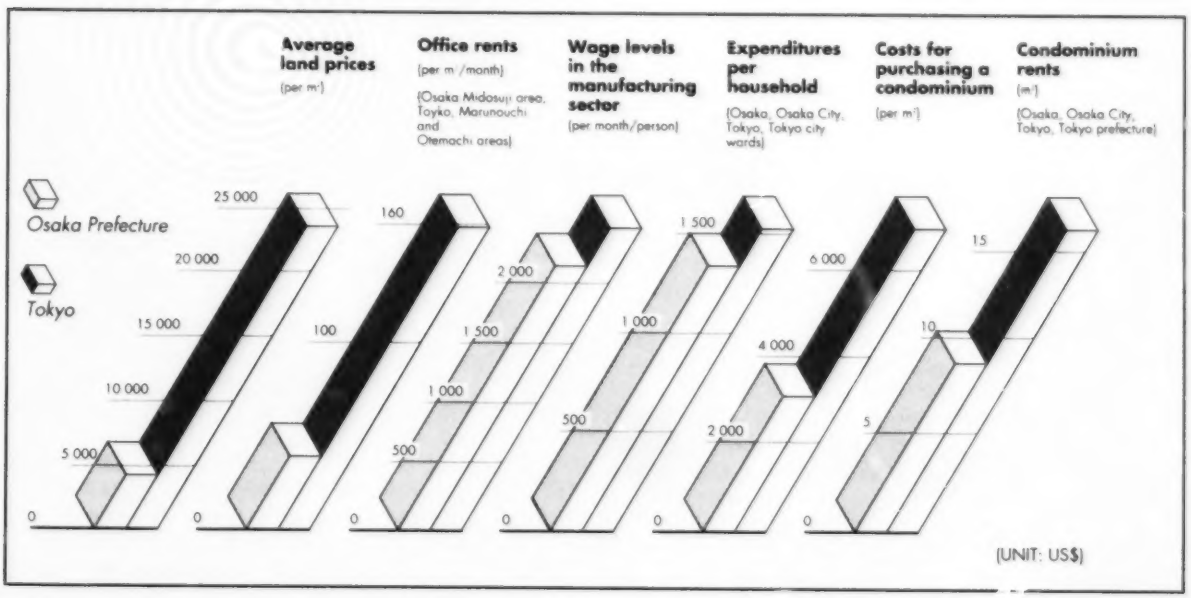


Table 1

Major Economic Indexes: Osaka Prefecture and Kansai

	Osaka Prefecture *(% of national)*	**Kansai** *(% of national)*	**National**
Area (km^2)	1 869 (0.5)	31 488 (8.3)	377 835
Population (3/88, 10 thousand)	856 (7.0)	2 083 (17.1)	12 187
Number of people employed (1985, 10 thousand)	420 (6.9)	1 006 (16.6)	6 050
Number of factories (1986)	44 873 (10.3)	92 635 (21.2)	436 009
Number of wholesale stores (1985)	45 661 (11.1)	81 454 (19.7)	413 016
Number of retail stores (1985)	117 813 (7.2)	291 369 (17.9)	1 628 644
Number of restaurants (1986)	53 238 (10.4)	108 973 (21.4)	510 101
Shipment of manufactured goods (1986, $100 million)	1 309 (8.2)	3 000 (18.9)	15 918
Annual wholesale sales (1985, $100 million)	2 945 (16.0)	3 643 (20.4)	17 920
Annual retail sales (1985, $100 million)	331 (7.8)	734 (17.3)	4 256
Annual restaurant sales (1986, $100 million)	60 (9.9)	121 (19.9)	608
Exports (1988, $100 million)	—	584 (21.7)	2 693
Imports (1988, $100 million)	—	425 (22.3)	1 905
Number of banks (headquarters and branches) (1987)	727 (7.6)	1 585 (16.5)	9 593
Balance of bank deposits (3/87, $100 million)	2 704 (12.2)	6 769 (30.6)	22 120
GNP-GNP within the prefecture (1988, $100 million)	1 165 (8.7)	2 400 (17.8)	13 438

The U.S. dollar-based figures were calculated at the corresponding year's average exchange rate.

3 General Business Information

For first-time Canadian exporters to Japan, the Kansai offers some important advantages. The region prides itself on blending the traditional and ancient cultures of Kyoto and Nara with the international flavour of Kobe around the commercial hub of Osaka. Kansai people value individuality, seek variety and greatly accept outside influences. Exporters will find the Kansai an excellent test market, especially since the costs of doing business there are slightly lower than in Tokyo.

Market penetration by foreign firms, especially those selling food and consumer products, is less in the Kansai than in Tokyo. Until recently, such firms have been content to accept Japan-wide distribution as meaning only Tokyo and its immediate area.

The Kansai has a reputation in Japan as being the home of a special breed of business person — one who bargains hard and is quick to make decisions. This is due in part to the large number of family owned and managed small- and medium-sized businesses. Decision-making therefore is typically rapid and runs from the top down. For a Canadian exporter, this may mean finding a partner whose company is of similar size, and who is more committed to pushing the Canadian product than major trading companies that commonly handle competing products of several exporters.

4 Export Sales Opportunities

The Canadian Consulate in Osaka has helped hundreds of Canadian exporters achieve sales success in a wide variety of product areas. The greatest commercial opportunities for Canada in the Kansai market lie in the areas of processed food and beverages, fish and building products. However, the high-technology sectors including telecommunications equipment, specialized machinery, instrumentation, computer products, peripherals and software also offer good potential. In biotechnology, OTC diagnostic products and services hold good prospects.

Aided by more disposable income, overseas travel and a spirit of "internationalization," momentum for imports is increasing. Japanese consumers are purchasing foreign-made goods at record levels, particularly processed food, fish, and beverage products, and such items as fashion garments.

Although the Japanese housing boom peaked in the late 1980s, the building products sector will provide export opportunities for at least the next decade as Japan upgrades its housing, which is still well below desired international standards. The Japanese have an excellent image of the Canadian housing industry and this image transfers directly to greater sales opportunities for manufactured wood products and building materials.

The Kansai International Airport project, scheduled for completion in the spring of 1993, is open to foreign participation. Opportunities exist for Canadian companies to supply a wide range of goods and services, and are not necessarily restricted to airport-related equipment.

Textiles, Chemicals and Shipbuilding

Historically, the Kansai region has been known for its high concentration in the manufacture of textiles and apparel. Textiles from the Kansai account for about 83 per cent of total Japanese textile exports, most of which are destined for South East Asia. Other basic materials and semi-finished product industries with a high concentration in the region include iron and steel, shipbuilding, machinery, chemicals and plastics. In recent years, competition from the newly industrialized countries, and low commodity prices worldwide, have depressed the economy in these industries and in many cases, has accelerated rationalization and diversification into totally unrelated fields.

Consumer and Industrial Electronics

The Kansai is home to three of the world's most famous consumer electronics firms — Matsushita (National, Panasonic, Technics), Sharp and Sanyo. There are also hundreds of smaller independent firms that provide the larger companies with component parts and sub-assemblies.

The deregulatory typhoon that destroyed the Nippon Telegraph and Telephone (NTT) monopoly in 1985 has allowed foreign countries unprecedented entry into the Japanese telecommunications market, valued at approximately C$10 billion per year. NTT and other electric companies are moving rapidly to provide new telephone products and services such as facsimiles, data circuits and other forms of advanced communications.

Food Products and Pharmaceuticals

The Kansai region has a reputation for exceptional Japanese cuisine. It is natural, therefore, to find some major food processors there. In addition to producing meat, baked products and beverages, these firms import and distribute fish products.

Japan's pharmaceutical sector which has evolved from the 200-year-old sake/soya sauce industry is moving aggressively into such new strategic technologies as biotechnology. Recently, textile and chemical companies, that are experiencing fewer growth prospects, have been seeking new opportunities in biotechnology and health care.

Small and Medium-Sized Businesses

Relative to the value of shipments, number of employees and factories, the Kansai has a comparatively large share of smaller-sized firms, most of which are active in the manufacture of textiles, machinery, metal and electronics products. Recently, however, the region's medium-sized trading companies have begun to adapt to the changing world economy and they are looking to source new products for import.

Science City

Since the Second World War, regions like the Kansai have experienced a decline in relative economic importance within Japan because of the massive centralization in Tokyo. Kansai community leaders, however, are firm in their resolve to regain some of their economic clout.

Several large capital projects in the region are planned. The first is the construction of a "science city," which is expected to do for Osaka what Tsukuba, the science city 100 km north of Tokyo, is doing for the Kanto region. An important difference is that private rather than public research is being encouraged and concentrated. Two of the Kansai's important research organizations — the Advanced Telecommunications Research Institute which concentrates on artificial intelligence and optical telecommunications, and the International Institute which concentrates on basic research, particularly biotechnology — are at the core of the project. Several companies — namely Matsushita (consumer electronics), Fujitsu (telecommunications) and Kyocera (ceramics and new materials) — have already committed themselves to setting up research centres. By 1997, Kansai's science city is expected to house over 120 000 researchers, students and their families.

Techno-Port

The creation of a "techno-port" in the Kansai will have a major impact on the area and will catapult it into the next century as a major Asian centre. The concept is to "plug" Osaka and the Kansai into the information sources of the world. In addition to hotel, conference, cultural and residential facilities, the techno-port will receive and consolidate information for distribution by optical cable throughout Osaka's subway and rail system. Not only will the project promote Osaka as one of Asia's financial centres, but the co-ordination and distribution of technological, trade and transportation information may even serve to lure some of the corporate head offices from Tokyo. The cost of doing business in Tokyo has skyrocketed due to staggering land prices and the congestion of its transportation and distribution networks.

Kansai International Airport

When completed in 1993, the Kansai airport will be a showcase of Japan's high technology and challenge Narita (Tokyo's international airport) as the nation's international gateway. Locating Kansai's international airport offshore on a man-made island will significantly reduce the problems of pollution and noise that plague Narita. Further, the airport will operate around the clock, which is impossible in Tokyo. While passenger volume is expected to increase five-fold by 2010, it is the 13-fold increase in air cargo traffic that will have an even greater impact on local business.

Participation in the construction of the Kansai airport project has become an important political issue for the United States, which has been actively trying to change Japan's traditionally closed system of public procurement for construction projects, and thereby gain access to this and other capital projects estimated to be worth US$50 billion over the next 10 to 15 years. Recognizing the need to open the Japanese market to foreign participation, the Kansai International Airport Company (KIAC) adopted the more transparent General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) bidding rules for procurement on the project. The design and construction of air terminals and facilities is valued at approximately US$2 billion and procurement for goods and services is already under way.

There is a perception in North American media and business circles that opportunities for export sales to the new Kansai international airport are minimal at best, because of Japan's closed tendering system for capital projects. In fact, the opposite is true and opportunities to provide equipment and services have never been better.

5 Distribution System

The multi-layered Japanese distribution system is complex and costly, one that handicaps newcomers, Japanese and foreigners alike. However, it is not mysterious and certainly not impenetrable.

Although the following description pertains to the distribution system for the food industry, it is representative of the Japanese distribution system in general.

The food retail distribution system is characterized by a large number of wholesale establishments, comparable in number to all of the United States, which has twice the population and a vastly larger geographical area. Japan's wholesale industry is also noted for its duality, with mammoth trading companies such as Sumitomo, Mitsui and Mitsubishi at the top.

Typically three-quarters of Japan's wholesale establishments employ fewer than 10 workers and have an annual sales share of only one-sixth the total. The vast majority of wholesale establishments in Japan turn over less than $1 million and fewer than 3 000 wholesale establishments employ more than 100 people. The inevitable result of multiple layers is a system in which most products change hands at least two or three times before reaching the retail outlet, this ultimately means higher prices for consumers.

The size of Japan's retail establishments, congestion in urban centres, limited storage space in most Japanese homes, the cultural desire to shop daily, and the demand for personalized service all place a heavy burden on Japan's distribution infrastructure. The preceding statistics highlight the general structure, but the individual distribution channels, product flows, margins, rebates, and buyer-seller relations can differ markedly from product to product and from sector to sector, and also possess a different personality depending on historical circumstances. For the Canadian company, knowledge of these distribution idiosyncracies may spell the difference between success and failure.

It is a common misconception to view the wholesaler as a delivery person only, a shipper who moves goods from point A to point B. In fact, a wholesaler is better thought of as a trading house, buying and selling on behalf of many manufacturers. The wholesaler may handle a range of competing products, balancing domestic and imported, high- and low-quality items. In fact, exclusive tie-ups with a single manufacturer are quite rare.

A key to the system is the multi-functional role of the wholesaler. Depending on the size of the operation, the wholesaler might be responsible for booking the order, packaging, delivery, financing, sales promotion, and publicity on behalf of both the manufacturer and retailer. Frequently, wholesalers may provide next-day service and repackage in smaller more attractive ways to meet retailers' requests. Often the wholesaler works with sales representatives from the manufacturer to promote the product to the retailer. In contrast to other countries, Japanese wholesalers have a much higher burden of risk due to their financial and inventory functions. Even so, those in the middle are constantly under pressure to justify their role and margins. The result is intense pressure on wholesalers to add value to their services. Recently, this has taken the form of immediate delivery in small lots to retailers who use their wholesalers as off-site inventory centres, and a more market-oriented service in the form of an information link between the retailer and the manufacturer. As a result, wholesalers have been forced to go on-line to provide immediate delivery in an effort to reduce inventory and dead stock and improve retailer responsiveness to the consumer.

Major changes are under way in the distribution sector in the Kansai. Discount stores located in rural areas offer big markdowns on brand name products, mail-order and TV marketing, while direct import stores are open to membership only. The rate of change is likely to accelerate, but detailed knowledge of the system remains crucial. It is critical, therefore, for the Canadian exporter to identify distribution channels and quantity product flows not only at the sector level, but for each of the client's competitors. Only then can the manufacturer plot the best distribution strategy from an informed position of strength.

Because of the multi layers in the Japanese distribution system, the cost to the consumer is greater as each wholesaler takes a margin for handling the product. And, indeed, Canadian business people are surprised how different the import price of a product is compared to the price paid by the end user. In Japan, the margin structure depends on a variety of factors including the size and frequency of the shipment, current sales situation and the buyer-seller relationship. The margin normally increases as the product gets closer to the end user. In food retail, for example, the primary wholesaler might receive a five to eight per cent margin on domestic products and a four to seven per cent margin on imported products. The secondary wholesaler, however, receives a larger 10 to 17 per cent mark-up on the domestically produced product as opposed to a smaller four to eight per cent mark-up on the imported product. The retailer receives the highest margin in the chain.

Many manufacturers offer wholesalers rebates for meeting sales goals. For wholesalers looking at declining margins and increasing competition, the rebate is a powerful tie to the manufacturer. Clyde Prestowitz in his book *Trading Places* pinpoints one of the major differences between Japan and the United States when he writes that the U.S. has a system of buying that operates on the basis of best offer rather than on the relationship of buyer to seller. In Japan, the concept of best offer often includes a strong element of the buyer-seller relationship.

For the Japanese, there is usually no advantage to importing products because of the risks and costs involved. Unless, however, the price of the import is significantly lower than that of the domestically produced product or a similar product currently imported. To be successful in the market, Canadian products must possess attributes that readily differentiate them from those of the competition. However, Japanese companies may make exceptions to this rule when seeking a steady and secure source of supply or developing new supply routes for the future. There is a tendency, therefore, to avoid trendy items that are not expected to be around for very long.

Undoubtedly, the Japanese distribution system deserves its notorious reputation as a real barrier to trade. But judging from the success of Canadian companies that have done their homework, it is obviously not impenetrable. The Consulate General can recommend the appropriate industry contacts who will assist Canadian companies to obtain information regarding the distribution channels, product flows, margin structures and trade perceptions for virtually any product sector in the Kansai.

6 Investment Opportunities

The Kansai is fertile ground for investment promotion activities, including finding new equity and joint venture partners, and the Consulate General can suggest potential candidates. Through the various news media, investment survey missions to Canada and other promotion activities, Kansai-based companies have become increasingly aware that Canada is open for business and that, through the Canada-U.S. Free Trade Agreement, Canada is an attractive location for investment.

However, the Kansai image of Canada — one of Rocky Mountains and Niagara Falls — may be excellent for tourism, but does not always lend itself to attracting manufacturing investment. Further, international competition for Japanese investment is intense. The general investment promotion seminar as a vehicle for attracting investment has been overdone. Since many countries promote the same attractive characteristics — access to large markets, cheap energy, and good supply of qualified labour — it has become difficult to differentiate between products. To be effective, Canadian exporters must present a good business plan and be technology-oriented. The Consulate General can advise on appropriate methods of presentation and business plan preparation to meet the requirements of local investors.

7 Sources of Financing and Information

Program for Export Market Development. In support of Canadian export development objectives, a financial assistance program is available under the Program for Export Market Development (PEMD).

PEMD is one of the major trade promotion instruments of External Affairs and International Trade Canada. It is managed by the Export and Investment Programs Division of the department and jointly implemented with Industry, Science and Technology Canada.

PEMD offers assistance to Canadian business to undertake or participate in various types of export promotion activities. It covers projects initiated by industry and those planned by government and is designed to share the risk of international market development. The program accomplishes this by sharing the costs of activities that companies normally could not, or would not, undertake alone, thus reducing the risks involved in penetrating a foreign market.

For further information about PEMD, contact the Japan Trade Development Division of EAITC in Ottawa, or the nearest International Trade Centre (see the chapter on Contacts in Canada for Exporters to Japan).

Win Exports. The Japan Trade Development Division at External Affairs and International Trade Canada in Ottawa is a key Canadian-based contact for issues related to trade with Japan. The bureau provides support for all Canada's trade activities in Japan.

The key reference document used to recommend Canadian firms to potential Japanese clients is the World Information Network for Exports (WIN Exports), operated by EAITC. The computerized data bank is one of the simplest ways for Canadian exporters to access foreign markets. For further information, call (613) 996-1430.

Credit Reports. Frequently, the Canadian Consulate can obtain credit reports on potential agents or customers. A standard report from the Teikoku Data Bank costs from about C$400 up, depending on the information requested and the speed with which it is required. Dun and Bradstreet can also arrange credit reports on Japanese companies from Canada. For further information contat: Dun & Bradstreet Canada Limited, 365 Bloor Street East, Toronto, Ontario; Mailing address: P.O. Box 6200, Station A, Mississauga, Ontario L5A 4G4; Tel: (416) 568-6000.

Chambers of Commerce. There are many local Chambers of Commerce in the Kansai that can provide some non-financial information regarding the business affairs of their members. The Chambers of Osaka, Kyoto and Kobe have international sections with English-speaking staff. See the chapter on Useful Contacts in Japan.

Advertising and Publicity. The Canadian Embassy in Tokyo publishes *Canada News*, a Japanese newsletter that is delivered to several thousand Kansai and other Japanese business people each quarter. The newsletter utilizes Canadian news releases, interesting sales stories, new products and press releases. It also has a classified section in which companies currently seeking agents/distributors can advertise free of charge. These advertisements are very effective in finding new distributors in the Kansai.

Additional Sources of Market Information. Major consulting companies such as Price Waterhouse and Touche Ross and all major Canadian banks publish free booklets on how to do business in Japan. EAITC also has many publications to help you understand the market. Call EAITC in Ottawa, (613) 993-6435, for copies of currently available market reports, or the Japan Bureau (Osaka desk officer) at (613) 995-8985. Also the Japan External Trade Organization (JETRO) has offices across Canada and can help you by providing information; much of it free of charge. A list of the JETRO offices appears in the chapter on Contacts in Canada for Exporters to Japan.

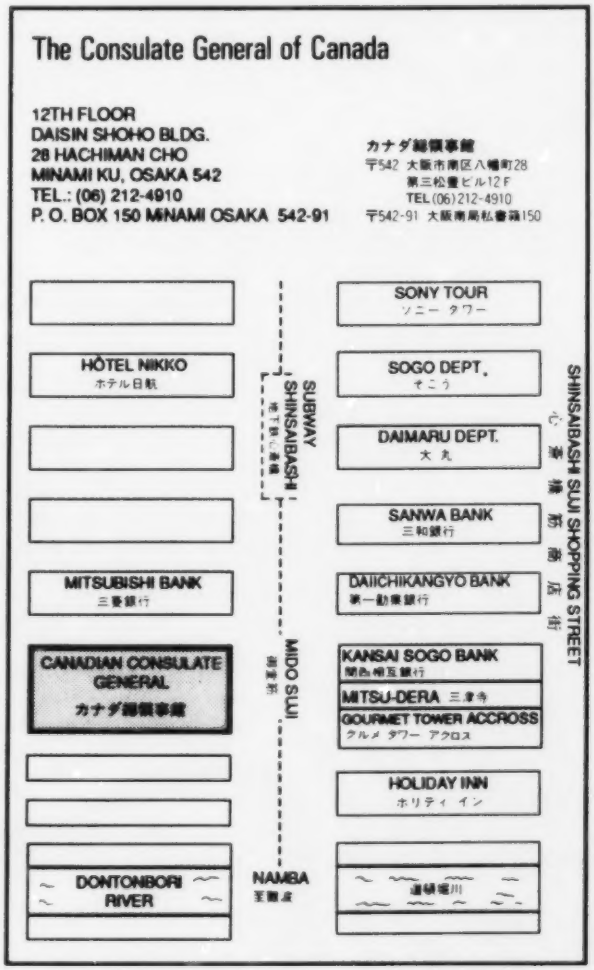
8 Your Business Visit

Services of the Consulate General of Canada

Canadian posts abroad are manned by trade commissioners and locally engaged commercial officers. The Commercial Division of the Consulate General, centrally located on Midosuji, Osaka's main street, handles more than 1 000 trade enquiries annually. It acts as a liaison between Canadian firms and the local business community and offers a comprehensive range of services. The trade officer seeks business opportunities for interested and capable Canadian firms and, upon request, conducts market surveys of reasonable proportions.

With appropriate advance notice — all communication with the Consulate General is best accomplished by fax or telex — the Commercial Division can arrange appointments with local contacts and advise Canadian exporters as to which agents are best suited to handle their specific product or service and which are most knowledgeable about local customs regulations, taxation and shipping.

Finally, the trade officer may represent Canadian interests in bilateral tariff negotiations in the host country and take up complaints concerning non-tariff barriers to trade with the local government. If you have a complaint, please bring it to our attention so that we can assist you directly or pass the matter along to our trade policy people who handle these issues with Japanese government officials in Tokyo.



Many Canadian companies simply word process the names and addresses of Canadian trade offices worldwide and send their export inquiry to many or all of them. The shotgun approach wastes time. It is impossible for companies using this strategy to follow up on all leads furnished by the trade commissioners. This approach also uses up valuable time that could be spent helping companies that are ready to tackle specific markets. It is more effective to target one region at a time and wait until a distribution system is in place before tackling another.

The extent of assistance offered by the Commercial Division is directly dependent on the information provided by you. Such information should include a history of the company, a complete product description, the purpose of the visit, the names of any present or past contacts and the extent of any previous experience in the Kansai market, and what opportunities the Canadian firm holds for local distributors. In cases where the product or service is specialized or highly technical, information on its use, the type of presentation required and the names of all known competitors in the market helps to avoid unnecessary research as well as unsuitable appointments.

Finally, Canadian firms should maintain ongoing contact with the Consulate General, keeping us informed of subsequent activities and future plans.

The Consulate General has a fully equipped, multi-purpose room available to Canadian exporters, free of charge. It can be used to conduct sales presentations or meetings or for a reception. Catering services can also be arranged and vary in cost, depending on the menu selected. Costs for a catered cocktail-style reception start at approximately ¥ 3 000 for food, plus ¥ 2 000 for drinks, including beer, hard liquor and soft drinks. More elaborate functions normally start at ¥ 6 000 per person. Receptions at hotels are much more expensive, as the cost includes a function room charge plus tax and service.

Business Calls

Conducting business in Japan is based on personal relationships. First impressions are, therefore, crucial to export sales success. Japanese business people are extremely punctual and often arrive 10 to 20 minutes before a scheduled appointment. You will also find that there may be many more people involved in the meeting than you expected. This is due, in part, to the decentralized Japanese system of decision-making. These meetings may also include technical people who have had to travel great distances from other locations.

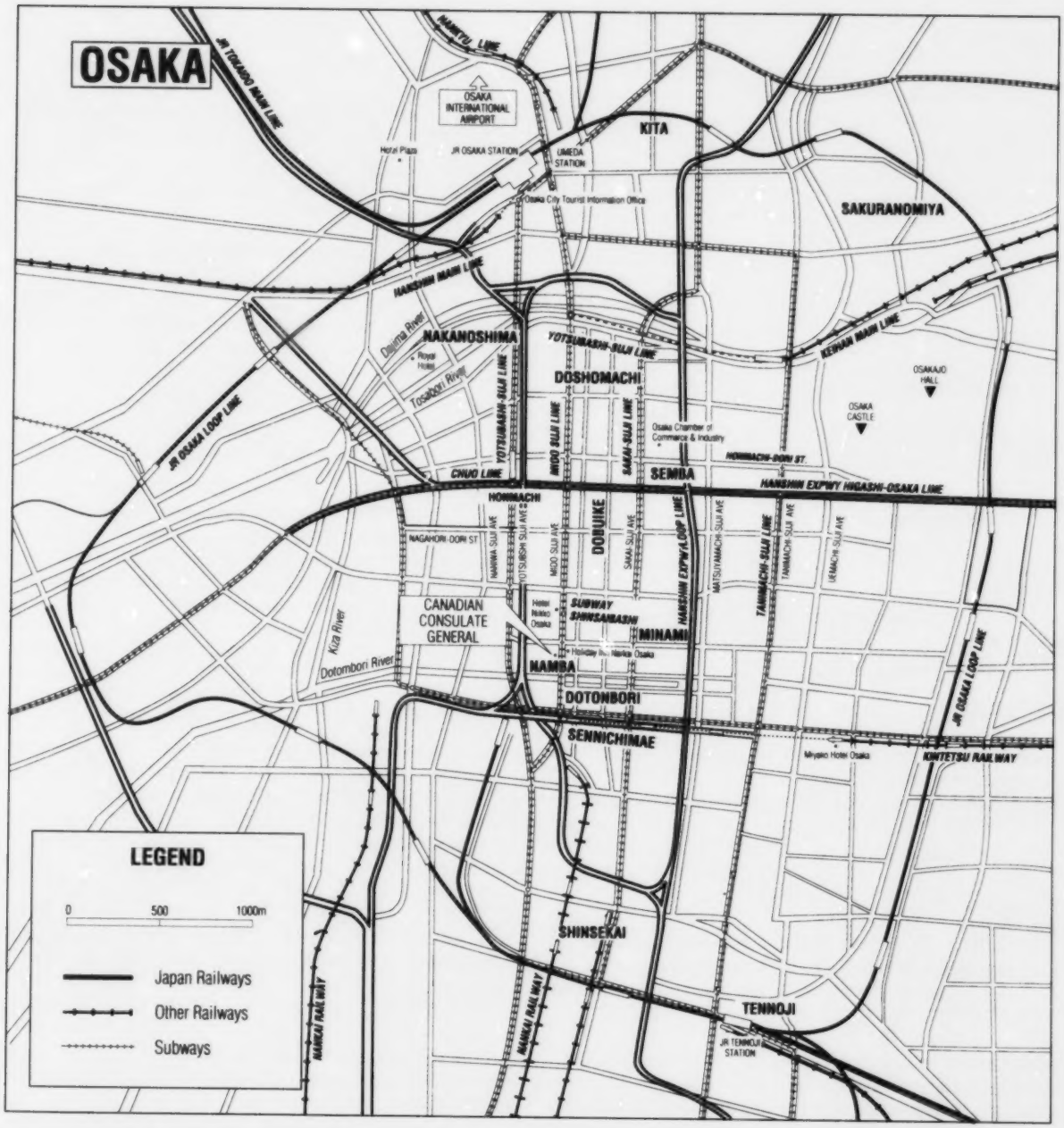

OSAKA
JR TOKAIDO MAIN LINE
HANKYU LINE
OSAKA INTERNATIONAL AIRPORT
KITA
Hotel Plaza
JR OSAKA STATION
UMEDA STATION
Osaka City Tourist Information Office
SAKURANOMIYA
HANSHIN MAIN LINE
Dojima River
NAKANOSHIMA
Royal Hotel
Tosabori River
YOTSUBASHI-SUJI LINE
KEIHAN MAIN LINE
DOSHOMACHI
OSAKAJO HALL
OSAKA CASTLE
JR OSAKA LOOP LINE
MIDO SUJI LINE
SAKAI-SUJI LINE
Osaka Chamber of Commerce & Industry
HONMACHI-DORI ST.
CHUO LINE
SEMBA
HANSHIN EXPWY HIGASHI-OSAKA LINE
HONMACHI
NAGAHORI-DORI ST
NAMBA SUJI AVE
YOTSUBASHI SUJI AVE
DOBUIKE
MIDO SUJI AVE
SAKAI SUJI AVE
HANSHIN EXPWY LOOP LINE
MATSUYAMACHI SUJI AVE
TANIMACHI-SUJI LINE
TANIMACHI SUJI AVE
UEMACHI SUJI AVE
CANADIAN CONSULATE GENERAL
Hotel Rihga Royal Osaka
SUBWAY SHINSAIBASHI
MINAMI
Kiza River
Dotombori River
Holiday Inn Namba Osaka
NAMBA
DOTONBORI
SENNICHIMAE
Miyako Hotel Osaka
KINTETSU RAILWAY
LEGEND
0
500
1000m
Japan Railways
Other Railways
Subways
NANKAI RAILWAY
SHINSEKAI
TENNOJI
JR TENNOJI STATION

Table 2

Exporter's Briefing Sheet for Osaka

If you are planning a business trip to the Kansai and intend to use the services of the trade commissioner, please supply the following information about your product and company:	
Product	Describe your product and list two or three key selling points relevant to the Kansai marketplace.
Company	Provide some information about your company including the number of employees, size, history etc. List countries you are currently exporting to and comment on your successes. Indicate the type of agent you have in each country and list key foreign reference accounts.
Distribution	Describe the way that you would like to have your products distributed — e.g., agents, direct etc. Please also describe typical methods of distribution you have used in other countries. Because Japanese business is based on close relationships, selling direct from abroad is usually very difficult.
The Ideal Agent	Describe in detail the characteristics, experience, and background that a good agent for your product would have to have — e.g., "medium size firm selling hardware and software to the financial community." You should be as specific as possible because your previous success in selecting an agent is our best guide to assisting you here.
Company Sales Pitch	List five or six key points about your company and its products that would be of interest to prospective agents — e.g., "our company is the second largest manufacturer of system kitchens in Canada."
Competitors	List the brand names, company names, city and country of your main competitors. This information will allow us to avoid sending your product literature to companies that already represent your competitors and we can also provide information on how your competitors are doing here.
Market Projections	Provide some indications of your expectations in the market — i.e., volume of shipments anticipated.
Assistance Required from Post	In specific terms, detail what you wish the Consulate General staff to do on your behalf.

Make every effort, therefore, to be on time for all appointments and call ahead if you should be delayed. Feel free to ask for assistance in cancelling any appointments you cannot keep. But do try to avoid cancellation, especially at the last minute. This will not only destroy your credibility, but will also hurt the efforts of all Canadians trying to do business in this market. As the official representatives of Canada, we often have good access to senior government and corporate officials; this access is dependent on us maintaining a high level of professionalism.

When you do make calls, please keep the Consulate General informed on the usefulness of these contacts and the results obtained. Please let us also know whether our efforts have been successful in helping you set up a distribution system. This will enable us to keep our agents' list up to date and to refer any potential business to your distributor.

Presentation Is Important

Canadian companies should make as complete a presentation as possible in the initial stage of contact with a prospective client. The first presentation must include all pertinent information that will attest to your respectability and reliability and that will convince the prospective client that you are committed to the Japanese market.

Kansai business people normally request more information than Canadians are used to providing. At the outset, be sure to furnish details of any past experience your company has had in the Kansai. How your company handles claims, your willingness to modify the product to meet Japanese specifications and your commitment to delivery schedules will be uppermost in the minds of all potential customers.

It is very important that you approach a foreign market with an established product price list. It is always easier for the customer to assess his or her interest if you have done all the cost calculations. Normally, pricing is expressed in US$ or yen, f.o.b. Osaka or Kobe. Try to obtain a Japanese customs ruling for your product prior to arrival. Include press reviews or other similar reference information that will assist customers to assess readily the marketability of your product(s). In the event of product demonstration, be certain that your product meets all local industry and safety standards. Any shortcoming could result in a loss of confidence in the product as well as in your firm.

The odds of profitable business being consumated after nothing more than the exchange of company and product brochures is extremely remote. Export sales success normally results only after several subsequent follow-up visits to the Kansai. Typically, however, Canadians expect almost instantaneous results. Patience, therefore, is of critical importance for those who wish to succeed in this market.

Business Cards

The exchange of business cards or "meishi" is an indispensable formality in Japan. Visitors should have a good supply with all the appropriate information printed in English on one side and Japanese on the other. (Although many Japanese read English, very few know any French.) It is best to have your cards printed in Canada, but the Consulate General can arrange name cards on your behalf. Large hotels normally provide one-day service.

The exchange of cards is done with some ceremony as it symbolizes the establishment of a relationship between the individuals involved. Cards should never be flipped across a table. Rather, they should be formally presented and received with the Japanese side facing up. Contacts' business cards should be treated with respect. It is wise to keep them handy in the breast pocket of your shirt or suit. Women commonly carry a business card case in their purse which can be extracted prior to meeting with the contact. Since many Japanese do not have English written on their business cards, it is a good idea to jot down a few notes on each to identify the contact for future reference. However, do not do this until you are out of public view.

Gifts

Visitors to Japan are frequently overwhelmed by the generosity and hospitality of their hosts. Gift-giving is an important cultural custom that serves to underline the importance of the client-customer relationship. Visitors don't need to be overly concerned about the cost of their gifts, but have a number of small gifts and perhaps one or two larger items for those who go out of their way to be helpful. For first-time visitors, the best gifts are those which are representative of Canada or, perhaps, of the visitor's home province. Small, unframed Canadiana prints or lithos are handy since they are light and easy to pack. Other items include books that emphasize pictures rather than text, compact discs of Canadian orchestras, coaster sets, small carvings and pins or badges (preferably boxed). As a relationship progresses, business visitors would do well to learn when gifts are traditionally expected to fulfill paternalistic business obligations. Remember though, no matter what, the gift must be attractively wrapped. (Table 5 indicates hotels that provide gift delivery services.)

Entertaining

Do not be surprised if your host asks you out for dinner or a drink, even on very short notice. This is a normal part of doing business in Japan, and if an invitation is extended, you should accept. It will be a good opportunity to get to know your Japanese colleague and, in fact, may occasionally serve as an alternate venue for informal business talks. Mainly, however, the Japanese want to develop confidence in you by getting to know you personally away from formal meetings.

Entertaining can be very expensive in Japan, so do not worry about reciprocating if you cannot afford to do so. When you meet your business colleague in Canada, you can entertain in a style appropriate to the occasion. For example, golf is a national obsession in Japan and many Japanese business people would appreciate the opportunity to play when they are in Canada. The Japanese also appreciate the chance to be entertained in Canadian homes. This need not be formal, barbecues are very popular with the Japanese.

If you are planning to entertain Japanese colleagues during your trip to Japan, Western-style is recommended so that you, as the host, can avoid some of the traditional customs associated with social protocol, such as seating arrangements. Western-style restaurants can be expensive so you should consult the Consulate General or the staff at your hotel to find locations appropriate to your budget and mood.

Product Literature

The trade commissioner will require copies of your product literature in order to undertake some initial market research on your behalf. It is also customary to have a company brochure outlining your firm's history, marketing strategy, etc. Serious consideration should be given to having this material printed in Japanese, since this will dramatically increase its impact. Send at least five copies of all product and company literature, and sufficient additional copies to allow distribution to all firms that might be interested in your product.

Customs and Tariffs

When sending product samples and brochures, allow at least five working days to clear customs. It is important to remember that samples weighing less than 10 kg will not likely be subjected to the normal inspection and regulations required for the product, when they are carried by hand.

Since laws and interpretations governing tariffs are complex and changing constantly, ask your agent for direct quotes on customs rates for products. If you do not have an agent, the Canadian Consulate General can contact Japanese Customs and request a ruling on your behalf.

Major Trade Events

It is often wise to schedule your first visit to this territory to coincide with a major trade show. These fairs offer a convenient way to assess the potential of the market and the competition. Because of the high costs involved, however, it is not advisable to enter a trade show until a first-hand assessment of the market is made.

Lawyers

Occasionally, Canadian business visitors may require the services of a Japanese lawyer. A list of some of the companies that employ English-speaking staff can be found in the chapter on Useful Contacts in Japan.

Rentals

Trade-fair organizers normally provide a list of designated or approved contractors for booth construction. However, for other trade-related promotion activities that require the leasing of equipment or furnishings or other services, the companies listed in Table 4 may be useful.

Travel to the Kansai

After arrival in Japan from North America, it usually takes a day or two to get over jet lag. It is recommended, therefore, that you either arrive on a Friday or Saturday, or not schedule business meetings until the third day. Both Canadian Airlines International Ltd. (CAIL) and Japan Air Lines (JAL) have direct flights which connect both Toronto and Vancouver with Tokyo's Narita airport. As yet, there is no direct service between Canada and Osaka, but that is expected to change with the completion of the Kansai international airport.

Most Canadians travelling to Osaka from Canada arrive at Narita airport and conduct business in Tokyo before continuing on to the Kansai by train or plane. If your first stop is the Kansai, you may have difficulty confirming space on the connecting flights from Narita to Osaka. If such is the case, you should consider rerouting through either San Francisco or Los Angeles, both of which offer direct service to Osaka via United and Northwest airlines, respectively. The same route could also be considered for your return to North America. Osaka has excellent direct connections with virtually all major cities elsewhere in Asia but, unfortunately, most flights to and from Europe are also routed through Narita. Lufthansa, however, offers service between Osaka and Frankfurt via Hong Kong.

Table 3

Important Trade Shows by Sector

Event	Frequency	Date	Cost*
Processed Food and Consumer Goods			
International Food Exhibition — Osaka	Even years	Spring	300 000
Kobe Import Fair	Annual	Fall	9 000
Osaka International Trade Fair	Even years	Spring	190 000
High-Tech Products and Services			
Osaka Mechatronics Fair	Annual	Spring	240 000
Bio Japan	Even years	Spring	310 000
NEPCON Osaka (Semi-conductors)	Even years	Fall	280 000
Electronics			
Japan Electronics Show	Alternates between Osaka and Tokyo	Fall	250 000
Machinery and Equipment			
Kobe Techno-Ocean (Marine-related)	Even years	Fall	250 000
Textile Machine Show	Every 4 years	Fall	350 000
Airport Construction Show (ACE)	Even years	Spring	300 000
Japan Int'l Food and Engineering	Annual	Fall	240 000
Garments and Apparel			
World Fashion Fair	Annual	Fall	240 000
Multiple High-Tech Sectors			
Technomart Osaka	Annual	Winter	280 000
Techno Osaka	Even years	Fall	250 000
Wood and Building Products			
Kobe International Housing Fair	Even years	Spring	300 000
Tourism			
Tour Expo	Even years	Spring	250 000
Investment Promotion			
Asia Global Business Convention	Even years	Fall	20 000

* Typical cost in yen for booth space of approximately 9 m^2 excluding the cost of booth construction, decoration, utilities, etc.

Table 4

Rental Companies

Company	Services
Crown Leasing Corp. Osaka Kokusai Building, 20F 2-3-13, Azuchi-machi Chuo-ku, Osaka 541 Tel: (06) 264-6611 Fax: (06) 264-6630	Computers, office equipment, industrial machines, machine tools, automobiles, showcases, etc.
Fuyo General Lease Co., Ltd. Semba Central Building, 3F 2-6-8, Hommachi Chuo-ku, Osaka 541 Tel: (06) 252-6451 Fax: (06) 251-4084	Computers, office equipment, industrial machinery, machine tools, automobiles, commercial equipment (showcases, etc.)
Nishio Rent All Corp., Ltd. Minami-Semba Idemitsu Sekiyu Building, 11F 3-4-26, Minabi-Semba Chuo-ku, Osaka 542 Tel: (06) 251-0070 Fax: (06) 252-0285	Household and personal commodities including suitcases, electric appliances, etc.
Sankyo Lease Co., Ltd. 3-10-5, Nakamichi Higashinari-ku, Osaka 537 Tel: (06) 974-0505 Fax: (06) 974-0508	Desks, chairs, conference tables, heaters, air conditioners, etc.

Travel in the Kansai

The Kansai region is located almost in the centre of the Japanese archipelago. It only takes about 40 minutes to travel to Kyoto, Kobe and Nara by train from Osaka. The Shinkansen (Bullet train) takes three hours from Osaka to Tokyo and 150 trains travel the route daily. Between the core hours of 7:00 a.m. and 6:00 p.m. trains are only minutes apart.

The Osaka International Airport (Itami) is also about 40 minutes from central Osaka by car and is directly linked to 27 national airports. From Shin-Osaka Station, taxis make the trip to major downtown hotels in 30 minutes (for about ¥ 2 000) depending on traffic. The Japanese Railway and the Midosuji subway line connect Shin-Osaka station to Umeda (¥ 190), which is the central core of Osaka.

Follow-Up

Persistent, methodical and thorough follow-up is a critical part of doing business in the Kansai. Many Canadian companies have missed valuable export sales opportunities because they did not follow through with promises made during business meetings.

Facsimile has overtaken telex as the most common and efficient method of electronic business communication in Japan. Although most Japanese can understand written English, sometimes they are reluctant to reply in written English, especially if there is the possibility of misunderstanding. It is good practice to confirm receipt of transmissions (since fax is not completely trouble-free) and to follow up a telephone conversation with a confirmation letter. If you send a copy to the Consulate General, we will be able to provide assistance should communication get bogged down or stop unexpectedly.

Passports

In accordance with the Japanese Alien Registration Law, short-term visitors to Japan must have passports in their possession at all times. Business people who hold valid Canadian passports do not require visas to visit Japan unless they wish to remain for more than three months or take up employment. However, the period of stay granted to those not holding visas will be decided by the Japanese immigration authorities at the time and point of entry. Applications for extension of the initial period of stay will be considered by the Japanese authorities. Business people holding passports other than Canadian may need visas and should consult the nearest Japanese consulate for details.

Health

Visitors arriving from Canada do not require a vaccination against smallpox. Smallpox, typhoid and cholera certificates may be required if visitors arrive by way of infected countries, including most Asian countries. Airline companies should be consulted when making travel arrangements.

Health conditions are not a problem in Japan. Most medical facilities are available in the large cities and the services of English-speaking doctors and dentists can be obtained at most international hotels. The water is safe to drink and one need take no more precaution with food than in Canada.

Hotels

Centrally located, Osaka is a convenient base for business visitors. From the city, it is easy to make day trips to Kobe, Kyoto and Nara. The Hotel Nikko and the Nankai South Tower Hotel are only five-minute walks from the Canadian Consulate General in Osaka.

Table 5 lists the major hotels in Osaka, Kyoto and Kobe and includes the business services they offer and their cost. In addition to fax and telex services, available at an actual cost-plus-service-charge basis, these hotels can also arrange courier services and for flowers or chocolates to be presented as gifts.

The prices are quoted in yen, based on single occupancy, and are effective August 1990 for discounted bookings made on behalf of Canadian visitors by the Consulate General. They are, therefore, subject to change.

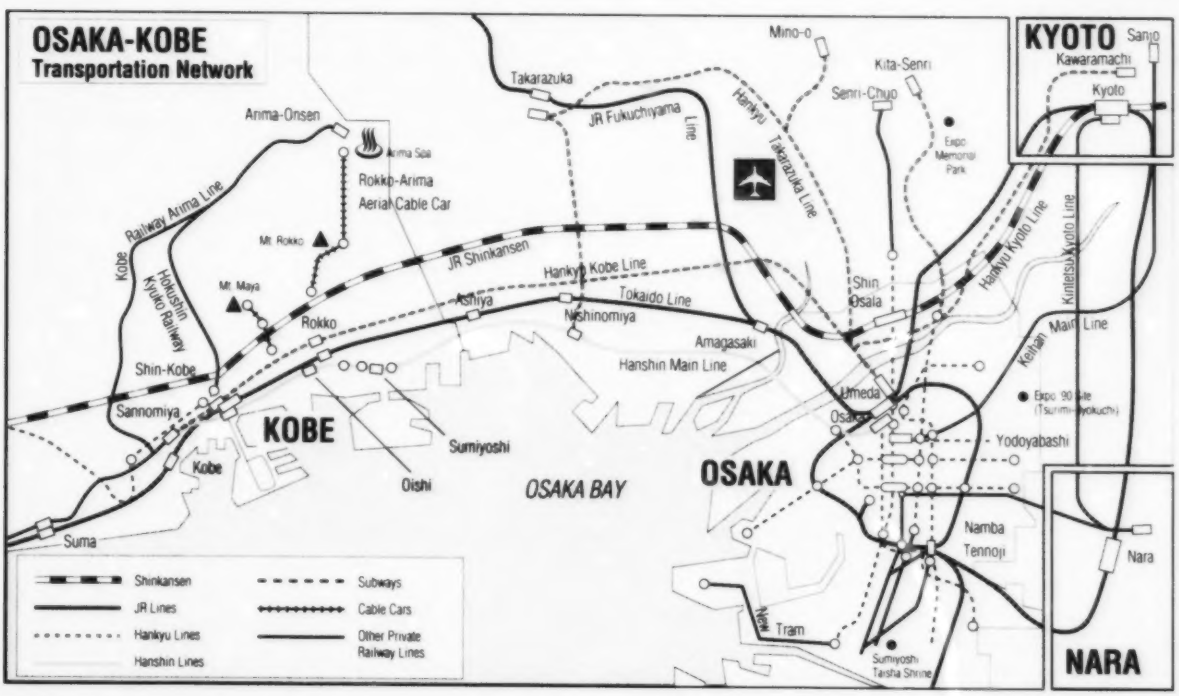


Table 5

Major Hotels in the Kansai

Hotel (¥ /night)	Typing Service	Translation Service	Production of Name Cards	Athletic Facilities
Osaka				
Hotel Nikko (18 000) 1-3-3, Nishi-Shinsaibashi Chuo-ku, Osaka 542 Tel: (06) 244-1111 Fax: (06) 245-2432	¥ 1 500/pg	¥ 10 000/pg 3-day service	¥ 10 000/100	N/A
Hotel New Otani (13 000) 1-4-1, Shiromi Chuo-ku, Osaka 540 Tel: (06) 941-1111 Fax: (06) 941-9769	¥ 2 500/pg	¥ 20 000/pg	24-hr service	Complimentary swimming pool, gym and sauna
Nankai South Tower (14 000) 5-1-60, Namba Chuo-ku, Osaka 542 Tel: (06) 646-1111 Fax: (06) 648-0331	¥ 2 000/pg Complimentary typewriter rental	¥ 15 000/pg 2-day service	¥ 4 500/100 2-day service	Swimming pool, gym and sauna (¥ 1 800)
Royal Hotel (18 000) 5-3-68, Nakanoshima Kita-ku, Osaka 530 Tel: (06) 448-1121 Fax: (06) 444-6570	Typewriter rental ¥ 1 000/day	¥ 10 000/pg 3-day service	¥ 7 300/100 2-day service	Swimming pool and sauna (¥ 2 000)
Miyako Hotel (15 500) 6-1-55, Uehommachi Tennoji-ku, Osaka 543 Tel: (06) 773-1111 Fax: (06) 773-3322	Complimentary typewriter rental	¥ 10 000/pg	¥ 2 800/100	Swimming pool, sauna and raquetball (¥ 4 000)
Osaka Hilton International (17 000) 1-8-8, Umeda Kita-ku, Osaka 530 Tel: (06) 347-7111 Fax: (06) 347-7001	¥ 2 000/pg	¥ 15 000/pg 3 days	¥ 4 000/100	Complimentary
Osaka Kokusai Hotel (8 900) 2-33, Hommachi-bashi Chuo-ku, Osaka 542 Tel: (06) 941-2661 Fax: (06) 942-5362	N/A	N/A	N/A	N/A
ANA-Sheraton (16 000) 1-3-1, Dojimahama Kita-ku, Osaka 530 Tel: (06) 347-1112 Fax: (06) 348-9208	Complimentary typewriter rental	¥ 15 000/pg 3-day service	3-day service	Swimming pool and sauna (¥ 3 000)
Holiday Inn (16 500) 2-5-15, Shinsaibashisuji Chuo-ku, Osaka 542 Tel: (06) 213-8281 Fax: (06) 213-8640	Complimentary typewriter rental	N/A	¥ 3 000/100 5-day service	N/A

Hotel (¥/night)	Typing Service	Translation Service	Production of Name Cards	Athletic Facilities
Osaka *(continued)*				
Hotel Plaza (18 500) 2-2-49, Oyodo-Minami Kita-ku, Osaka 530 Tel: (06) 453-1111 Fax: (06) 454-0169	¥ 1 000/pg Typewriter rental ¥ 2 000/day	N/A	¥ 6 800/100	N/A
Kobe				
Hotel Okura (19 000) 2-1, Hatoba-cho Chuo-ku, Kobe 650 Tel: (078) 333-0111 Fax: (078) 333-6673	¥ 2 500/pg 3-day service	¥ 5 000/pg	¥ 3 900/100	Swimming pool, gym and sauna
Portpia Hotel (18 000) 6-10-1, Minatojimanaka-machi Chuo-ku, Kobe 650 Tel: (078) 302-1111 Fax: (078) 302-6877	¥ 2 500/pg Typewriter rental ¥ 2 500/day	¥ 3 000/pg	N/A	Swimming pool, gym, tennis court and sauna
Oriental Hotel (16 000) 25, Kyomachi Chuo-ku, Kobe 650 Tel: (078) 331-8111 Fax: (078) 391-8708	N/A	N/A	Limited	N/A
Kyoto				
Miyako Hotel (15 300) Sanjo Keage Kyoto 605 Tel: (075) 771-7111 Fax: (075) 751-2490	Complimentary typewriter rental	¥ 5 000/pg	¥ 1 000/100 3-day service	N/A
Takaragaike Prince Hotel (27 000) Takaragaike, Sakyo-ku Kyoto 606 Tel: (075) 712-1111 Fax: (075) 712-7677	Complimentary typewriter rental	N/A	¥ 7 800/100 3-day service	N/A
Nara				
Nara Hotel 1096, Takabatake-cho Nara 630 Tel: (074) 226-3300 Fax: (074) 223-5252	N/A	N/A	¥ 4 000/100 4-day service	N/A

Translation and Interpretation

Outside of the Tokyo metropolitan area, English and French are not widely understood. It is in your best interests to ensure that you are able to communicate effectively. Although your contact may provide in-house interpretation services, it is good policy to arrange your own, certainly for the initial and subsequent critical business meetings. Employing an interpreter is an important demonstration of your commitment to do business. Good interpretation skills are gained after many years of training and, properly employed, they will avoid time-consuming misunderstandings. Frequently, a professional interpreter with experience in business communication can also give you an objective assessment of your business discussions. Sometimes, as well, what was not said can be just as important as what was.

The Consulate General does not provide interpretation services. However, we can arrange an interpreter for you through a local agency at very competitive prices. See the list of Translation Services in the chapter on Useful Contacts in Japan and Table 6 for estimation of costs. It is important to note that higher prices may be quoted if you contact an agency directly.

Spring and fall are very busy times for interpreters in Osaka, so you should allow four weeks notice. Also plan to schedule time with your interpreter before the presentation. This briefing session allows you to cover specialized terminology and to provide some background on yourself and your company, and what you hope to accomplish by the meeting. Keep language simple. Avoid double negatives, colloquial and idiomatic expressions and humour, as they rarely translate well. The danger with consecutive translation is that speakers tend to ramble. Your interpreter may have to tone down your explanations, which might otherwise appear rather blunt to the Japanese ear or take time to explain anything that is unfamiliar to the listener. This calls for patience on your part. Be sure to debrief your interpreter, especially if there were lapses during which not everything that was said was translated for you.

Table 6

Typical Trade Promotion Costs in Tokyo/Osaka

Travel and Accommodation (Five Nights)	(¥)
Bus from Narita to Tokyo (50 km)	2 500
Accommodation in Tokyo (two nights) plus tax	40 000
Meals (two days)	18 000
Incidentals	5 000
Bullet train to Osaka	13 100
Bus and taxi to hotel	2 000
Accommodation in Osaka (three nights) plus tax	45 000
Meals (three days)	27 000
Bus to Osaka airport	360
Flight from Osaka to Narita	15 600
Other Expenses	
Business cards (200)	2 400
SUBTOTAL	170 960

Note: Cheaper hotels are available in Tokyo and Osaka. "Business hotels," for example, are usually about half the price but they lack the space and some services offered at larger city hotels. Contact the Consulate General for more information.

Interpretation Services*	
B-Class interpreter (five days)	190 000
S-Class ¥ 80 000 (full day) ¥ 55 000 (half day) ¥ 10 000 (hourly, overtime)	
A-Class ¥ 57 000 (full day) ¥ 40 000 (half day) ¥ 9 200 (hourly, overtime)	
B-Class ¥ 38 000 (full day) ¥ 26 000 (half day) ¥ 6 000 (hourly, overtime)	
TOTAL	360 960

* S- and A-class interpreters in Osaka have the highest qualifications and are able to handle all types of interpretation including simultaneous. S-class interpreters have special capabilities to handle all situations. Depending on the technicality of the topic being discussed, B-class interpreters can handle most business discussions. C-class interpreters should not be used for any serious business discussions. They are best used as tour guides or where conversation is very informal and relaxed.

9 Additional Reading

General

Reischauer, Edwin O. *The Japanese*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1978.

Seward, Jack. *Japanese in Action*. New York and Tokyo: Weatherhill, John Inc., 1968.

Morley, John David. *Pictures from the Water Trade*. London: Flamingo, 1985.

Abegglen, James C. and George Stalk Jr. *Kaisha — The Japanese Corporation*. New York: Basic Books, Inc., 1985.

Business, Economy and Industry

Van Wolferen, Karel. *The Enigma of Japanese Power*. London: MacMillan London Ltd., 1989.

Prestowitz, Jr., Clyde V. *Trading Places*. Tokyo: Charles Tuttle, 1988.

Lecraw, Donald J. *Exporting Canadian Manufactured Products to Japan: How to Increase Success*. Ottawa: Department of External Affairs, 1986.

Japan Economic Almanac (Annual). Tokyo: Nihon Keizai Shinbun *(Japan Economic Journal)*.

Kansai Business Publications

Osaka Business Guide. The Osaka Chamber of Commerce and Industry. *An Economic Profile of Osaka*. The Osaka Chamber of Commerce and Industry.

Current Economic Survey of Kobe. The Kobe Chamber of Commerce and Industry.

Osaka and Kansai; Financial and Economic Statistics. The Osaka Bankers Association, 3-3-5, Tanimachi, Chuo-ku, Osaka; Tel: (06) 942-1371.

JETRO Publications

JETRO Marketing Series; Business Information Series; Access to Japan's Import Market Series; Your Market in Japan Series. Available from the JETRO Toronto Office, Suite 700, Britannica House, 151 Bloor Street West, Toronto, Ontario M5S 1T7; Tel: (416) 962-5050.

10 Useful Contacts in Japan

Consulate General of Canada
12th Floor Daisan Shoho Building
2-2-3, Nishi-Shinsaibashi
Chuo-ku, Osaka 542
Tel: (06) 212-4910
Fax: (06) 212-4914

Mailing Address:
P.O. Box 150
Osaka, Minami 542-91
Japan

Embassy of Canada
3-38, Akasaka-7 chome
Minato-ku, Tokyo 107
Tel: (03) 408-2101
Fax: (03) 470-7278

Airlines

Air Canada (Tokyo)	(03) 586-3891
Canadian Airlines International (Tokyo)	(03) 281-7426
Canadian Airlines International (Osaka)	(06) 346-5591
Japan Airlines (International Reservations)	(06) 203-1212
Japan Airlines (Domestic Reservations)	(06) 201-1231
United Airlines	(06) 271-5951
Cathay Pacific Airways	(06) 245-6731
Northwest Airlines	(06) 228-0747
China Airlines	(06) 946-1702
Lufthansa Airlines	(06) 345-0231

Trains

Shin-Osaka Station	(06) 304-1000
Reservations and Information	(06) 304-2191

International Telephone Services

Telephone Information	104
KDD Information Centre	(06) 228-2300
Overseas Calls	0051

Translation/Interpretation Services

Inter Group Corporation
6-23, Chaya-machi
Kita-ku, Osaka 530
Tel: (06) 372-8048
Fax: (06) 372-6164

Simul International Inc.
Yodoyabashi Sankyo Building
4-7-5, Koraibashi, Chuo-ku
Osaka 540
Tel: (06) 223-0313
Fax: (06) 223-0312

Staff Service
Daini Yuraku Building 8F
4-1-7, Hommachi, Chuo-ku
Osaka 540
Tel: (06) 267-7201
Fax: (06) 267-7205

Temporary Centre
Nichimen Building
2-2-2, Nakanoshima, Kita-ku,
Osaka 530
Tel: (06) 204-1431
Fax: (06) 204-1430

Graphics Design, Printing and Publishing

Gold Coast Productions
Shin Chuo Building 3F
4-2-9 Kyutarocho Chuo-Ku
Osaka 541
Tel: (06) 241-6353
Fax: (06) 241-0189

Chambers of Commerce

Osaka Chamber of Commerce and Industry
International Division
58-7, Uchi-Honmachi, Hashizume-cho
Tel: (06) 944-6402
Fax: (06) 944-6250

Kyoto Chamber of Commerce and Industry
Ebisugawa-agaru, Karasuma-dori
Nakagyo-ku, Kyoto 604
Tel: (075) 231-0181
Fax: (075) 255-1985

Kobe Chamber of Commerce and Industry
6-1, Minatojima-nakamachi
Chuo-ku, Kobe 650
Tel: (078) 303-5806
Fax: (078) 303-3312

Police

Police (Emergency) Tel: 110
Police (For Foreigners,
Osaka Police Station) Tel: (06) 943-1234

Lawyers

Inoue Law Office
No. 705, Do Building
2-6-8, Nishi-Temma
Kita-ku, Osaka 530
Tel: (06) 365-8831

M. Komatsu Law and Patent Office
No. 301, Osaka Shinko Building
3-8-13, Nishi-Temma
Kita-ku, Osaka 530
Tel: (06) 363-0526

Oh-ebashi Law Office
No. 709, Umeda Shinmichi Building
1-1-5, Dojima, Kita-ku, Osaka
Tel: (06) 341-0461

Shiomi and Yamamoto Law Office
Takahashi Building, Hon-kan 7F
5-9-3, Nishi-Temma
Kita-ku, Osaka 530
Tel: (06) 229-2241

Nakanoshima Law Office
Shoei Building, Minami-kan
4-1-11, Nishi-Temma
Kita-ku, Osaka 530
Tel: (06) 364-2331

Medical Assistance

(English-speaking Doctors and Dentists)

Kaisei Hospital
3-11-15, Shinoharakita-machi
Nada-ku, Kobe 657
Tel: (078) 871-5201

Sumitomo Hospital
5-2-2, Nakanoshima
Kita-ku, Osaka 530
Tel: (06) 443-1261

Hospital of Medical Department
of Osaka University
1-1-50, Fukushima
Fukushima-ku, Osaka 553
Tel: (06) 458-5821

Dr. G. Barraclough (Doctor)
4-23 11, Ninomiya-cho
Chuo-ku, Kobe 650
Tel: (078) 241-2896

Dr. Onishi (Dentist)
1-48, Shibata-cho
Kita-ku, Osaka 530
Tel: (06) 372-8254

Osaka University Dental Section
Clinical Hospital
Kita Hankyu Building
1-4-8, Shibata-cho
Kita-ku, Osaka 530
Tel: (06) 372-8254

Iwasa Dental Clinic (Dr. Masakiyo Iwasa)
Nagahori-chuo Building 2F
1-20-10, Higashi-Shinsaibashi
Chuo-ku, Osaka 542
Tel: (06) 252-5487

Dr. T. Nitta (Dental Clinic)
Osaka International Airport Terminal Building
3-555, Hotarugaike-Nishi-machi
Toyonaka-shi, Osaka 560
Tel: (06) 856-7484

Iwasaki Eye Hospital (Optician)
1-4-27, Shinsaibashi-suji
Chuo-ku, Osaka 542
Tel: (06) 252-0418

11 Contacts in Canada for Exporters to Japan

External Affairs and International Trade Canada

Japan Trade Development Division (PNJ)
Asia Pacific North Bureau
External Affairs and International Trade Canada
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario
K1A 0G2
Tel: (613) 995-1281
Telex: 053-3745
Fax: (613) 996-4309

International Trade Centres

British Columbia
International Trade Centre
P.O. Box 11610
900 – 650 West Georgia Street
Scotia Tower
Vancouver, British Columbia
V6B 5H8
Tel: (604) 666-1444
Telex: 0451191
Fax: (604) 666-8330

Alberta
International Trade Centre
Canada Place
Suite 540
9700 Jasper Avenue
Edmonton, Alberta
T5J 4C3
Tel: (403) 495-2944
Telex: 0372762
Fax: (403) 495-4507

International Trade Centre
Suite 1100
510 – 5th Street Southwest
Calgary, Alberta
T2P 3S2
Tel: (403) 292-6660
Fax: (403) 292-4578

Saskatchewan
International Trade Centre
6th Floor
105 – 21st Street East
Saskatoon, Saskatchewan
S7K 0B3
Tel: (306) 975-5925
Telex: 0742742
Fax: (306) 975-5334

International Trade Centre
4th Floor
1955 Smith Street
Regina, Saskatchewan
S4P 2N8
Tel: (306) 780-6108
Fax: (306) 780-6679

Manitoba
International Trade Centre
8th Floor
330 Portage Avenue
P.O. Box 981
Winnipeg, Manitoba
R3C 2V2
Tel: (204) 983-8036
Telex: 0757624
Fax: (204) 983-2187

Ontario
International Trade Centre
4th Floor
Dominion Public Building
1 Front Street West
Toronto, Ontario
M5J 1A4
Tel: (416) 973-5053
Telex: 06524378
Fax: (416) 973-8161

Quebec
International Trade Centre
Stock Exchange Tower
800 Victoria Square
Room 3800
P.O. Box 247
Montreal, Quebec
H4Z 1E8
Tel: (514) 283-8185
Telex: 05560768
Fax: (514) 283-3302

New Brunswick
International Trade Centre
Assumption Place
770 Main Street
P.O. Box 1210
Moncton, New Brunswick
E1C 8P9
Tel: (506) 851-6452
Telex: 0142200
Fax: (506) 851-6429

Nova Scotia
International Trade Centre
Central Guaranty Trust Building
P.O. Box 940, Station M
Halifax, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel: (902) 426-7540
Telex: 01922525
Fax: (902) 426-2624

Prince Edward Island
International Trade Centre
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400
P.O. Box 1115
Charlottetown, P.E.I.
C1A 7M8
Tel: (902) 566-7400
Telex: 01444129
Fax: (902) 566-7450

Newfoundland and Labrador
International Trade Centre
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
St. John's, Newfoundland
A1B 3R9
Tel: (709) 772-5511
Telex: 0164749
Fax: (709) 772-2373

Industry, Science and Technology Canada

Business Centre
Industry, Science and Technology Canada
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5
Tel: (613) 995-5771

Northwest Territories
Industry, Science and Technology Canada
Precambrian Building
P.O. Bag 6100
Yellowknife, Northwest Territories
X1A 2R3
Tel: (403) 920-8578
Fax: (403) 873-6228
AES: (403) 920-2618

Yukon
Industry, Science and Technology Canada
108 Lambert Street
Suite 301
Whitehorse, Yukon
Y1A 1Z2
Tel: (403) 668-4655
Telex: 0142200
Fax: (403) 668-5003

JETRO Offices

JETRO
World Trade Centre 660
999 Canada Place
Vancouver, British Columbia
V6C 3E1
Tel: (604) 684-4174

JETRO
Suite 700, Britannica House
151 Bloor Street West
Toronto, Ontario
M5S 1T7
Tel: (416) 962-5050

JETRO
Place Montreal Trust Tower
Suite 2902
1800 McGill College Avenue
Montreal, Quebec
H3A 3J6
Tel: (514) 849-5911

LES MARCHÉS RÉGIONAUX:
OSAKA ET LE KANSAI

préparé pour

la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon
Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada

1990

JAPON

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada
External Affairs and International Trade Canada

Préface

Les exportateurs canadiens découvrent le nouveau visage du Japon. Les compagnies qui ont travaillé à percer sur des marchés japonais particuliers enregistrent des résultats extrêmement positifs. Leur succès témoigne des changements importants qu'a subis récemment l'ensemble du marché japonais.

Vers 1985, grâce à une appréciation marquée du yen et à une ouverture sans précédent du régime d'importation allant de pair avec une politique de stimulation du marché intérieur, la compétitivité des biens canadiens au Japon s'est de beaucoup accrue.

Les nouvelles perspectives d'exportation ne se limitent pas à la région du grand Tokyo, où la hausse vertigineuse des prix de l'immobilier est venue ajouter au coût, déjà élevé, de la conduite des affaires dans cette ville, la plus grande et la plus peuplée du Japon. D'autres grandes villes — Osaka, par exemple, située dans la région du Kansai — ont connu une croissance économique considérable et en 1986, le Canada a ouvert un consulat général à Osaka pour profiter des possibilités d'échanges et d'investissement, nouvelles et nombreuses, qu'offre la région.

Forte d'une population de 22 millions d'habitants, cette région est le deuxième centre industriel, financier et commercial après Tokyo. Elle contribue en effet à 20 % de l'économie du Japon et à 2 % du PNB mondial. La région comprend sept préfectures qui ont pour nom Osaka, Kyoto, Hyogo, Shiga, Nara, Wakayama et Mie. Au coeur du Kansai se trouve Osaka, la toute première grande ville d'affaires du Japon, dont les gens d'affaires sont connus sous le nom de « Marchands du Japon ».

Le présent guide décrit la région du Kansai et les débouchés qu'offre ce marché aux exportateurs canadiens.

Pour plus d'informations, veuillez communiquer avec la :

Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ)
Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Téléphone : (613) 995-1281
Télex : 053-3745
Télécopieur : (613) 996-4309

Le consulat général du Canada à Osaka a préparé ce guide de la région du Kansai. Pour obtenir de l'aide ou de plus amples renseignements, adressez-vous au consulat général ou à l'ambassade à Tokyo.

Consulat général du Canada
2-2-3 Nishi-Shinsaibashi
Chuo-ku, Osaka 542, Japon

Adresse postale :
P.O. Box 150
Osaka, Minami 542-91, Japon

Téléphone : (011-81-6) 212-4910
Télécopieur : (011-81-6) 212-4914

Ambassade du Canada
7-3-38 Akasaka, Minato-ku
Tokyo 107, Japon

Adresse télégraphique : CANADIAN TOKYO
Téléphone : (011-81-3) 408-2101/8
Télex : (72) 22218 (DOMCAN J22218)
Télécopieur : (système G3) 03-479-5320

Table des matières

		Page
Liste des tableaux, figures et plans de ville		5
1	La région du Kansai	7
2	Renseignements d'ordre économique	9
3	Renseignements généraux	11
4	Débouchés offerts aux exportateurs étrangers	11
5	Système de distribution	13
6	À la recherche d'investissements	15
7	Sources de renseignements et de financement	15
8	Votre visite au Kansai	16
9	Ouvrages de référence	29
10	Adresses utiles au Japon	29
11	Adresses utiles au Canada	31

Liste des tableaux, figures et plans de ville

Tableaux

1.	Principaux indices économiques de la préfecture d'Osaka et du Kansai	10
2.	Fiche signalétique de l'exportateur à l'intention de la délégation commerciale à Osaka	19
3.	Principales foires commerciales, par secteur	21
4.	Compagnies de location	23
5.	Principaux hôtels du Kansai	26
6.	Coûts habituels d'une tournée de promotion à Tokyo/Osaka (en yens)	28

Figures

1.	Comparaison des coûts entre Osaka et Tokyo	9

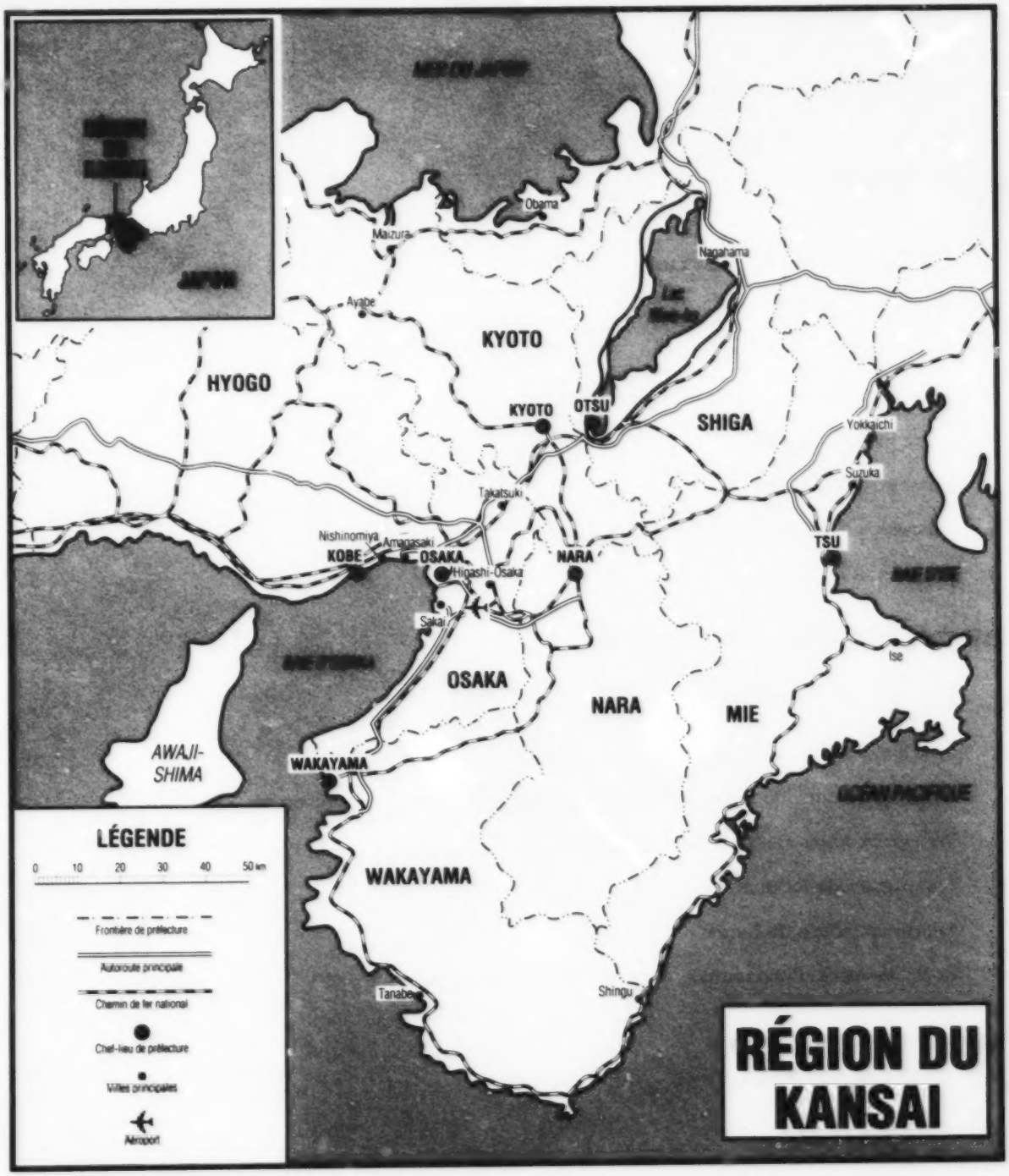
Plans de ville

La région du Kansai 6

Osaka 17

Le Consulat général du Canada 18

Le réseau des transports d'Osaka-Kobe 24


Obama
Maizuru
Nagahama
Ayabe
KYOTO
HYOGO
KYOTO
OTSU
SHIGA
Yokkaichi
Suzuka
Takatsuki
Nishinomiya
Amagasaki
KOBE
OSAKA
Higashi-Osaka
NARA
TSU
Sakai
Ise
OSAKA
NARA
MIE
AWAJI-
SHIMA
WAKAYAMA
WAKAYAMA
Tanabe
Shingu
LÉGENDE
0 10 20 30 40 50 km
Frontière de préfecture
Autoroute principale
Chemin de fer national
Chef-lieu de préfecture
Villes principales
Aéroport
RÉGION DU
KANSAI

1 La région du Kansai

Région historique située au coeur même du Japon, le Kansai regroupe les préfectures réparties autour du pivot Osaka-Kyoto-Kobe. Au nombre de sept, ces préfectures ont pour noms Osaka, Kyoto, Hyogo, Shiga, Nara, Wakayama et Mie. Leur superficie est égale à celle de la vallée du fleuve Fraser, dans l'Ouest canadien.

Lorsqu'ils se rendent au Japon visiter les temples millénaires de Kyoto, les touristes canadiens ignorent sans doute qu'ils se trouvent dans une zone industrielle qui rivalise avec les plus importantes industries de la planète. Le Kansai est la patrie de certaines des plus grandes banques internationales, du troisième marché boursier en importance et de 30 des plus grandes entreprises mondiales. Cette région contribue par ailleurs à 2 % du PNB de la planète et elle est à l'origine de 2 % de tous les échanges du monde non communiste.

En dépit de sa faible étendue, cette région compte 22 millions d'habitants concentrés à Osaka, Kobe, Kyoto et Nara. Son apport équivaut à quelque 20 % de l'ensemble de l'économie japonaise, ce qui en fait le centre industriel, commercial et financier le plus populeux et le plus important après Tokyo.

Dans le cadre de sa Stratégie nationale du commerce, le gouvernement canadien a ouvert un consulat général à Osaka, en 1986, afin de promouvoir les intérêts du Canada au Japon. Cette décision visait à permettre aux entrepreneurs et aux investisseurs canadiens de tirer parti des débouchés que leur offre la forte économie de cette région. Nos bureaux sont situés dans l'artère principale d'Osaka, au coeur du quartier des affaires; les dix membres de notre personnel desservent toute la région du Kansai.

Osaka fut la première grande cité des affaires du Japon; elle était alors le centre de distribution par excellence du pays. La plupart des entreprises commerciales japonaises de renom y ont vu le jour. La ville d'Osaka elle-même compte plus de 2,6 millions d'habitants, cependant que l'ensemble de la préfecture en compte 8,7 millions. Des sociétés aussi prestigieuses que Sumitomo, Matsushita, Sanyo, Minolta et Sharp ont établi leur siège social dans cette région, mais celle-ci apparaît désormais de plus en plus comme le pôle d'attraction des petites et moyennes entreprises, qui embauchent 92 % de la main-d'oeuvre. On fabrique de tout dans cette région! Mais si l'industrie textile dominait jadis les marchés d'exportation, l'industrie de l'électronique, dont les appareils sont destinés tant au marché de la consommation qu'au secteur industriel, a depuis longtemps pris la relève.

Le visiteur ne peut manquer d'être frappé par les différences manifestes qui existent entre Osaka et Tokyo. La population d'Osaka est fière de ses traditions et de sa culture, qui remontent aux temps féodaux. Cette région commerciale devait alors sa prospérité aux empires érigés par les industriels et philanthropes (dont les noms ornent toujours les nombreux ponts qui enjambent les canaux d'Osaka) qui l'avaient asservie à leurs intérêts.

Les gens d'affaires d'Osaka s'empressent de souligner que, selon eux, la vive concurrence que se livrent les commerçants de la ville les oblige à être plus attentifs aux besoins des consommateurs et plus directs en affaires; ils ne craignent pas d'innover, en particulier lorsqu'ils y voient une occasion de réaliser des bénéfices. Les nouilles instantanées, les ***karaoke*** (cafés chantants), les hôtels pour gens d'affaires et les distributeurs de cigarettes japonaises ont tous vu le jour à Osaka avant d'être adoptés par Tokyo. On nous assure que ce sont des qualités telles que l'individualité et la fierté qui expliquent pourquoi les six lauréats japonais du prix Nobel sont tous nés ou ont fait leurs études au Kansai. Les gens d'affaires d'Osaka font preuve d'une plus grande franchise que leurs homologues du reste du pays et ils sont fiers de leur titre de « Marchands du Japon ».

Un certain ressentiment transparaît néanmoins, en particulier depuis que la région a perdu sa suprématie commerciale au profit de Tokyo à la fin de la Deuxième Guerre mondiale. Mais les gens d'affaires de la région sont déterminés à reconquérir une partie de leur puissance économique et les édiles s'activent fébrilement à faire d'Osaka une ville internationale apte à mieux saisir sa juste part de la prospérité japonaise. De par leur élégance, les nouveaux hôtels et autres installations d'envergure où ont lieu désormais conférences, foires commerciales et expositions internationales de prestige contribuent à redonner de la vigueur à l'économie locale tout en attirant des gens d'affaires étrangers pour la première fois dans la région.

Climat et tenue vestimentaire

À Osaka, le temps est généralement chaud et humide en été; en hiver, il est froid et souvent variable et on note de fréquentes averses de pluie. Il est suggéré d'emporter un paletot entre décembre et mars et un imperméable pour les mois de juin et juillet. Il peut également être utile d'avoir un parapluie télescopique sous la main.

Il est d'usage d'enlever ses chaussures au restaurant, en pénétrant dans le domicile de ses hôtes et lors d'une visite à un temple ou un sanctuaire. Il est donc recommandé de porter des mocassins et de choisir ses bas ou ses chaussettes avec le plus grand soin. Au Japon, la plupart des hommes portent un complet-veston et une cravate lors des réunions d'affaires et des rencontres sociales à caractère plus ou moins officiel. Au restaurant, ils mettent habituellement une veste ou un veston. On recommande aux femmes de porter une robe ou un tailleur.

Achats et services bancaires

La plupart des établissements (restaurants, hôtels, grands magasins, etc.) acceptent les principales cartes de crédit nord-américaines (AMEX, Visa, MasterCard). Les banques et les grands hôtels encaissent les chèques de voyage. Les visiteurs doivent toutefois s'attendre à devoir payer comptant les services d'un interprète et leurs autres achats. Les banques ouvrent généralement de 9 h à 15 h, du lundi au vendredi.

Services touristiques

Les étrangers en visite au Japon peuvent obtenir de l'aide et des renseignements touristiques en anglais ou retenir les services d'un interprète qui parle anglais en composant le 371-5649 à Kyoto et le 502-1461 à Tokyo. À l'extérieur de ces villes, on peut s'informer sans frais en faisant le 106 et en demandant au téléphoniste d'établir la communication à frais virés (*collect call*) avec le bureau de tourisme (*Tourist Information Centre*). La plupart des grandes gares du Japon disposent d'un service de renseignements touristiques en anglais, mais il n'est pas toujours facile d'y avoir accès. Il est par ailleurs presque impossible d'obtenir des informations en français.

Heures d'affaires

Le personnel des entreprises du Kansai a une semaine de travail assez semblable à la nôtre, à cette exception près que les journées de travail s'y prolongent dans bien des cas jusqu'à 18 h ou 19 h. Il n'est pas rare de voir certains bureaux ouvrir le samedi (cette coutume tend toutefois à disparaître rapidement), mais il est généralement difficile d'obtenir un rendez-vous ce jour-là. Étant donné que les habitants du Kansai consacrent de nombreuses heures par jour à se déplacer entre leur lieu de travail et leur résidence, il est préférable de ne pas fixer de rendez-vous avant 9 h.

Jours fériés

En règle générale, il est impossible d'obtenir un rendez-vous d'affaires les jours fériés suivants, les bureaux étant fermés.

Nouvel An	1er janvier
Fête des adultes	15 janvier
Fête du patrimoine	11 février
Équinoxe de printemps	21 mars
Fête du Midori	29 avril
Fête de la Constitution	3 mai
Fête des enfants	5 mai
Journée de reconnaissance envers les aînés	15 septembre
Équinoxe d'automne	23 septembre
Journée des sports de santé	10 octobre
Journée de la culture	3 novembre
Fête de l'Action de grâces	23 novembre
Anniversaire de naissance de l'Empereur	23 décembre

La plupart des bureaux ferment également pendant quatre ou cinq jours à l'occasion du Nouvel An, ainsi que durant la Semaine d'or (fin avril et début mai) et durant quelques jours à la mi-août afin de célébrer l'*obon* (ou la Fête des esprits).

Journaux et librairies

Les hôtels cinq étoiles et les kiosques de la plupart des grandes gares vendent quatre quotidiens anglophones. L'*Asahi Evening News* (120 yens) publie d'intéressants articles rédigés par des journalistes affiliés, de même que des comptes rendus et des articles traduits du quotidien japonais *Asahi Shimbun*. Le *Japan Times* (140 yens) est sans doute le quotidien le plus complet publié en anglais. Le *Mainichi Daily News* (120 yens) doit sa publicité au fait qu'il traite à fond des questions concernant le Kansai et le monde des affaires. Quant au *Daily Yomiuri*, il concentre son attention sur les événements internationaux tout en s'intéressant à l'actualité régionale.

Parmi les principales librairies qui offrent des publications en anglais (et parfois en français), on compte Asahiya Shoten (06) 313-1191, Kinokuniya Shoten (06) 372-5821 et Maruzen (06) 251-2621. On y trouve tous les grands journaux et magazines internationaux, dont l'excellent mensuel *Kansai Time-Out*, qui est un guide indispensable pour le mélomane et l'amateur de spectacles, de bars, de restaurants, etc. qui séjourne au Kansai.

Services postaux

Les bureaux de poste japonais offrent les services de livraison exprès (*sokutatsu*), de courrier recommandé (*kakitome*), de messagerie électronique nationale (*letakkusu*) et internationale (*kokusai denshi yubin*). Il en coûte 100 yens pour expédier une lettre de format normal et ne pesant pas plus de 10 g par avion au Canada, et il en coûte 70 yens dans le cas d'une carte postale.

Le courant électrique

À Tokyo et dans l'est du Japon, le courant électrique est de 100 V, 50 Hz, alors qu'à Osaka et dans l'ouest du pays, il est de 100 V, 60 Hz.

2 Renseignements d'ordre économique

La baisse du yen par rapport au dollar US qui s'est produite au début des années 80 n'a plus d'influence déterminante sur l'économie du Kansai. Ce phénomène a néanmoins eu des répercussions profondes qui se sont traduites par des changements d'attitude au niveau local, les Japonais faisant désormais preuve d'une grande ouverture d'esprit à l'égard des importations, des associations avec des entreprises étrangères et des investissements manufacturiers à l'étranger.

La rentabilité des compagnies japonaises ne cesse de s'accroître depuis que celles-ci ont adopté comme stratégie de se lancer dans la fabrication de produits à forte valeur ajoutée et de transférer à l'étranger l'entreprise de fabrication de produits à faible valeur ajoutée. Si la croissance du PNB du pays dépendait traditionnellement des exportations, il est évident, désormais, que la demande intérieure est de plus en plus responsable de la croissance économique du Japon. L'accroissement des dépenses des ménages et la vigueur des dépenses d'équipement continuent de contrebalancer les pertes subies par la baisse des exportations. Les entreprises ont tendance à se lancer dans des secteurs non traditionnels, à adopter des stratégies visant à réduire les coûts de production et à offrir des services d'importation.

Le surplus commercial du Japon a commencé à diminuer, mais il est à peu près assuré que le déséquilibre de sa balance commerciale continuera d'être une source de tension politique entre ce pays et les États-Unis tout au long des années 90. Les tendances protectionnistes, les perspectives de renforcement du yen et le niveau élevé des liquidités sont autant de facteurs qui devraient accélérer le phénomène de déplacement des équipements vers des centres de production plus économiques, situés à proximité des marchés d'exportation traditionnels.

Figure 1

Comparaison des coûts entre Osaka et Tokyo

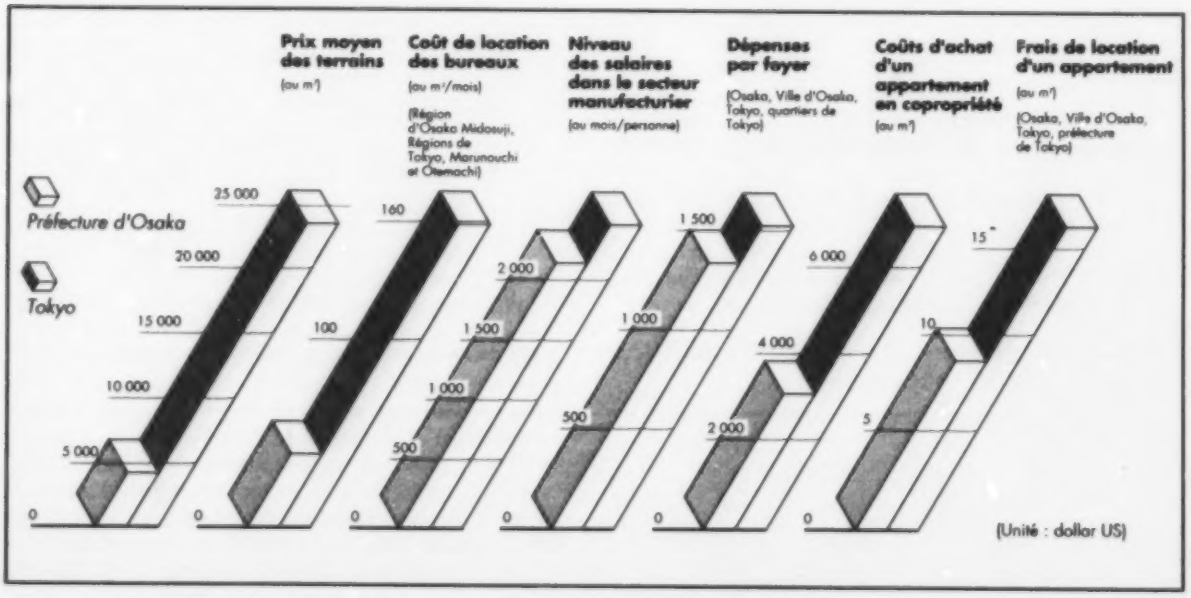


Tableau 1

Principaux indices économiques de la préfecture d'Osaka et du Kansai

	Préfecture d'Osaka *(% du Japon)*	**Kansai** *(% du Japon)*	**Japon**
Superficie (km^2)	1 869 (0,5)	31 488 (8,3)	377 835
Population (10 000 habitants, 3-88)	856 (7,0)	2 083 (17,1)	12 187
Population active (10 000 travailleurs, 1985)	420 (6,9)	1 006 (16,6)	6 050
Nombre d'entreprises manufacturières (1986)	44 873 (10,3)	92 635 (21,2)	436 009
Nombre de maisons de gros (1985)	45 661 (11,1)	81 454 (19,7)	413 016
Nombre de commerces de détail (1985)	117 813 (7,2)	291 369 (17,9)	1 628 644
Nombre de restaurants (1986)	53 238 (10,4)	108 973 (21,4)	510 101
Expédition de biens manufacturés (100 millions $, 1986)	1 309 (8,2)	3 000 (18,9)	15 918
Chiffre d'affaires annuels — gros (100 millions $, 1985)	2 945 (16,0)	3 643 (20,4)	17 920
Chiffre d'affaires annuel — détail (100 millions $, 1985)	331 (7,8)	734 (17,3)	4 256
Chiffre d'affaires annuel — restauration (100 millions $, 1986)	60 (9,9)	121 (19,9)	608
Exportations (100 millions $, 1988)	—	584 (21,7)	2 693
Importations (100 millions $, 1988)	—	425 (22,3)	1 905
Nombre de banques (sièges sociaux et succursales) (1987)	727 (7,6)	1 585 (16,5)	9 593
Solde des dépôts bancaires (100 millions $, 3-87)	2 704 (12,2)	6 769 (30,6)	22 120
PNB/PNB à l'intérieur de la préfecture (100 millions $, 1988)	1 165 (8,7)	2 400 (17,8)	13 438

Les chiffres exprimés en dollars US ont été calculés d'après le taux de change moyen en vigueur au cours de l'année de référence.

3 Renseignements généraux

Pour l'exportateur canadien qui tente sa chance pour la première fois au Japon, le Kansai offre des avantages indéniables. En premier lieu, le Kansai s'enorgueillit de sa diversité : les traditions et les cultures anciennes de Kyoto et de Nara se marient au parfum international de Kobe et toutes les trois font la ronde autour d'Osaka, le coeur de cette région commerciale. Les habitants du Kansai misent sur l'individualité tout en recherchant la diversité, ce qui les rend davantage perméables aux influences extérieures. Pour un exportateur, le Kansai constitue l'endroit idéal pour effectuer un test de marché; il est possible de démarrer sur une petite échelle et de tirer parti du fait qu'il en coûte légèrement moins cher qu'à Tokyo pour se lancer en affaires.

Les entreprises étrangères ont un taux de pénétration plus faible au Kansai qu'à Tokyo, notamment dans le domaine des aliments et des produits de consommation. Jusqu'à tout récemment en effet, leur idée d'une distribution à l'échelle du pays se limitait à Tokyo et à sa région avoisinante.

Au Japon même, le Kansai a la réputation d'être habité par une race particulière de gens d'affaires qui négocient ferme et qui savent prendre des décisions rapides. Cela est dû en partie au grand nombre de petites et moyennes entreprises familiales qu'on y trouve. Il est donc typique de voir les décisions se prendre rapidement et ce, à tous les échelons de l'entreprise. Pour un exportateur canadien, l'occasion peut être belle de dénicher un partenaire de taille similaire qui aura davantage intérêt à promouvoir les produits canadiens que les plus importants négociants, qui vendent généralement les produits concurrents de plusieurs exportateurs.

4 Débouchés offerts aux exportateurs étrangers

Le Consulat général du Canada à Osaka a aidé de nombreux exportateurs canadiens à écouler avec succès un large éventail de produits. Le marché du Kansai offre surtout des débouchés du côté des boissons et des aliments préparés, des poissons et des matériaux de construction, mais il existe également des possibilités en ce qui concerne la technologie de pointe et, plus particulièrement, les équipements de télécommunication, la machinerie spécialisée, l'instrumentation et l'informatique, y compris les périphériques et les logiciels. Les perspectives sont également intéressantes en biotechnologie, surtout en ce qui a trait aux produits et services de diagnostic destinés au grand public.

À cause de la hausse des revenus disponibles, de la mode des voyages à l'étranger et du nouvel esprit d'« internationalisation » qui règne au pays, les circonstances favorisent d'autant plus les importateurs que les consommateurs japonais achètent davantage de produits étrangers tels qu'aliments préparés, poisson, boissons, vêtements et autres articles en vogue.

Si le boom immobilier s'est quelque peu ralenti depuis la fin des années 80, il n'en demeure pas moins que les perspectives dans le secteur des matériaux de construction demeurent excellentes pour les dix prochaines années au minimum. Les maisons japonaises, qui sont encore loin de se conformer aux critères internationaux, ont en effet besoin d'être rénovées. L'idée que les Japonais se font du style de logement et du mode de vie des Canadiens est très positive, ce qui ne manque pas de se traduire par une augmentation directe des débouchés pour notre bois d'oeuvre et nos matériaux de construction.

Les entreprises étrangères sont invitées à participer à la construction de l'aéroport international du Kansai (la fin des travaux est prévue pour le printemps 1993). Les occasions ne manquent donc pas pour les compagnies canadiennes désireuses d'offrir leurs biens et services dans des domaines qui ne sont pas obligatoirement reliés aux seules installations aéroportuaires.

Textiles, produits chimiques et construction navale

Traditionnellement, la région du Kansai était reconnue pour le nombre élevé de ses manufactures de textiles et de vêtements. Les textiles fabriqués au Kansai représentent encore 83 % de toutes les exportations japonaises de ce secteur, destinées en majeure partie aux pays du Sud-Est asiatique. On y trouve également une forte concentration d'industries qui fabriquent des matériaux de base et des produits semi-finis, notamment dans les domaines du fer et de l'acier, de la construction navale, de la machinerie, des produits chimiques et des matières plastiques. Ces dernières années, la concurrence des pays nouvellement industrialisés et la faiblesse des prix des matières premières ont plongé ces industries dans le marasme et accéléré le processus de rationalisation et de diversification dans des domaines d'activité souvent entièrement différents.

Produits électroniques industriels et de grande consommation

Trois des plus célèbres fabricants de produits électroniques de grande consommation du monde sont originaires du Kansai : Matsushita (National, Panasonic, Technics), Sharp et Sanyo. Des centaines d'entreprises de moindre importance font partie de la liste des fournisseurs qui alimentent ces grands fabricants en pièces détachées et en sous-assemblages.

Par suite du démantèlement, en 1985, du monopole de la NTT (la Bell Canada du Japon), les pays étrangers ont eu enfin accès au marché japonais des télécommunications, évalué à 10 milliards de dollars canadiens par année. La NTT et d'autres entreprises électriques se sont empressées d'offrir de nouveaux produits et services tels que télécopieurs, circuits de transmission de données et autres instruments de communication de pointe.

Denrées alimentaires et produits pharmaceutiques

Le Kansai est reconnu au Japon pour l'excellence de sa cuisine. Il est donc tout à fait naturel d'y trouver les principales entreprises japonaises de conditionnement des aliments. Celles-ci se spécialisent dans les viandes, les produits de boulangerie et de pâtisserie, de même que les boissons; elles importent et distribuent également des produits de la pêche.

L'industrie pharmaceutique japonaise, qui s'est développée à partir des techniques bicentenaires héritées du brassage du saké et de la sauce soya, s'intéresse de plus en plus activement aux nouvelles technologies de pointe, et plus particulièrement aux nouveaux matériaux et à la biotechnologie. Victimes des faibles perspectives de croissance de leurs secteurs respectifs, des usines de produits textiles et de produits chimiques ont tout récemment commencé à chercher des débouchés du côté des biotechnologies et des soins de santé.

Petites et moyennes entreprises

De par la valeur des expéditions et le nombre de travailleurs et d'entreprises manufacturières qu'on trouve au Kansai, la proportion des petites entreprises oeuvrant principalement dans les secteurs des textiles, de la machinerie, de la métallurgie et de l'électronique y est relativement élevée. Les entreprises d'import-export de taille moyenne ont su s'adapter récemment à une économie mondiale en pleine mutation et elles sont désormais à la recherche de nouveaux produits destinés au marché de l'importation.

La cité des sciences

Depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale, le Kansai, tout comme d'autres régions, a vu son importance économique relative diminuer à cause de la concentration massive qui s'est effectuée à Tokyo. Les dirigeants de la région sont toutefois bien déterminés à lui permettre de retrouver une partie de son poids économique et divers projets d'envergure sont prévus à cet effet.

Le premier concerne la construction d'une « cité des sciences », qui sera à Osaka ce que Tsukuba, la cité des sciences située 100 km au nord de Tokyo, est à la région du Kanto. On note toutefois une différence : au Kansai, on encourage le secteur privé — et non le secteur public — à orienter ses efforts vers la recherche. Au coeur de l'action se trouvent deux des plus importants organismes de recherche de cette région : l'Institut de recherche sur les télécommunications de pointe, dont les efforts sont axés sur l'intelligence artificielle et les télécommunications optiques, et l'Institut international, qui concentre ses activités sur la recherche fondamentale, et en particulier sur la biotechnologie. Certaines compagnies se sont déjà engagées à mettre sur pied des centres de recherche; il s'agit de Matsushita (produits électroniques de consommation courante), Fujitsu (télécommunications) et Kyocera (céramiques et nouveaux matériaux). On s'attend à ce que la cité des sciences accueille, à compter de 1997, plus de 120 000 chercheurs, étudiants et membres de leurs familles.

Le projet Techno-Port

Le projet « Techno-Port » aura un impact sur le Kansai et fera de cette région l'un des principaux centres de l'Asie au XXI^{e} siècle. Exprimé en termes simples, ce projet vise à brancher Osaka et le Kansai sur les réseaux d'information du monde entier. En plus de ses hôtels, de ses salles de conférence et de ses équipements culturels et résidentiels, Techno-Port sera le lieu où convergeront et seront canalisés des renseignements qu'un système de câbles optiques redistribuera ensuite le long des lignes de métro et du réseau ferroviaire d'Osaka. Non seulement pareille infrastructure pourrait permettre à Osaka de devenir l'un des principaux centres financiers de l'Asie, mais la coordination et la distribution d'informations reliées aux domaines de la technologie, du commerce et du transport pourraient même servir à attirer de nouveau vers Osaka certains des sièges sociaux qui étaient déménagés à Tokyo, en les incitant à réduire leurs frais et à éliminer certaines obstacles. (À Tokyo, les prix des terrains sont devenus exorbitants et les réseaux de transport et de distribution sont congestionnés.)

L'aéroport international du Kansai

Le projet de construction de l'aéroport international du Kansai, dont les travaux seront terminés en 1993, se veut des plus prestigieux. Construit à partir des dernières innovations technologiques, cet aéroport ambitionne de détrôner Narita (le principal aéroport international de Tokyo) à titre de porte du Japon. À cause des problèmes de bruit et de pollution qui existent à Narita et des pressions que ne cessent d'exercer les écologistes, la solution retenue a été de construire une île artificielle au large de la côte japonaise. Cela aurait comme avantage de permettre au nouvel aéroport de fonctionner 24 heures sur 24, chose absolument impossible à Tokyo. D'ici l'an 2010, on s'attend à quintupler le nombre de passagers qui transiteront par cet aéroport. Mais les plus fortes répercussions sur les entreprises locales proviendront de la multiplication par 13 du volume des marchandises transportées par avion.

La question de la participation étrangère à ce projet revêt une grande importance pour le gouvernement américain, qui a déployé de nombreux efforts pour obliger les Japonais à libéraliser leur système d'achats publics dans le cas de projets de construction. Les entreprises américaines pourraient ainsi soumissionner ce projet et d'autres projets d'envergure évalués à plus de 50 milliards de dollars US et répartis sur les dix ou quinze prochaines années. Consciente de la nécessité d'ouvrir le marché japonais à la participation étrangère, la Société d'aménagement de l'aéroport international du Kansai (KIAC) a opté pour la transparence en décidant d'adopter les règles du GATT (Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce) en matière d'appels d'offres portant sur la réalisation de ce projet. La conception et la construction des aérogares et des installations aéroportuaires représenteront des déboursés de quelque deux milliards de dollars US et le processus d'acquisition de biens et services est déjà en branle.

Si l'on en croit les médias et les cercles d'affaires nord-américains, les chances d'obtenir des contrats dans le cadre de la construction du nouvel aéroport international du Kansai seraient minces à cause des restrictions imposées par le système japonais d'adjudication dans le cas de projets d'une telle envergure. En réalité, c'est tout le contraire! La chance n'a jamais été aussi favorable aux entreprises d'équipement et de services.

5 Système de distribution

Parce qu'il est à niveaux multiples, complexe et onéreux, le système japonais de distribution pénalise tous les nouveaux venus sur le marché, qu'ils soient japonais ou étrangers. Ce système ne tient toutefois pas du mystère et il n'est pas totalement impénétrable.

Même si elle s'attarde au système de distribution qui prévaut dans l'industrie de l'alimentation, la description qui suit vaut également pour l'ensemble du système japonais de distribution.

Le système de distribution alimentaire japonais se caractérise par le nombre élevé de ses maisons de gros, qui se compare à celui de l'ensemble des États-Unis, dont la population est pourtant le double de celle du Japon et dont la superficie est beaucoup plus grande. Le dualisme de l'industrie alimentaire japonaise est également frappant.

Alors qu'au sommet de la pyramide on trouve des géants tels que Sumitomo, Mitsui et Mitsubishi, les trois quarts des grossistes japonais ont généralement moins de 10 employés et leur part des ventes annuelles correspond à peine au sixième des ventes globales de cette industrie. La grande majorité des maisons de gros japonaises ont un chiffre d'affaires inférieur à 1 million de dollars et moins de 3 000 de ces établissements ont plus de 100 employés. Dans le cas d'un système à niveaux multiples, les produits changent de main deux ou trois fois au minimum avant de parvenir aux détaillants, ce qui se traduit par des prix à la consommation élevés.

L'infrastructure de distribution est soumise à d'énormes pressions au Japon : les commerces de détail sont de taille réduite, les centres urbains sont congestionnés, les espaces de rangement sont restreints dans la plupart des foyers, les Japonais ont conservé l'habitude de faire leurs emplettes tous les jours et ils sont friands de services personnalisés. Les statistiques donnent un aperçu de la structure d'ensemble, mais, d'un produit et d'un secteur à l'autre, il existe des écarts énormes au niveau des différents réseaux de distribution, de la circulation des divers produits, des marges bénéficiaires, des remises et des liens entre les vendeurs et leurs clients, sans compter que divers facteurs historiques peuvent avoir une influence propre sur chacun de ces éléments. Pour une entreprise canadienne, une bonne connaissance de ces diverses particularités peut faire toute la différence entre l'échec et la réussite.

On considère généralement le grossiste comme une personne qui assure la livraison ou l'expédition de marchandises du point A au point B, mais il s'agit là d'une méprise. Il faudrait plutôt voir la maison de gros comme une entreprise commerciale qui effectue des achats et des ventes au nom de différents fabricants. Le grossiste est un négociant susceptible d'acheter et de vendre une grande variété de marchandises concurrentes et qui tente de maintenir un équilibre entre les produits du pays et les produits importés, les denrées de haute qualité et celles de moindre qualité. Il est rare, en effet, qu'un grossiste entretienne des liens exclusifs avec un seul fabricant.

À cause de ses rôles multiples, le grossiste constitue par conséquent l'un des pivots du système de distribution. Selon l'envergure de l'opération, il peut se charger de passer la commande, de l'emballage, de la livraison, du financement, de la promotion des ventes et de la publicité, tant pour le compte du fabricant que pour celui du détaillant. Il arrive fréquemment que les grossistes offrent un service de livraison en 24 heures et qu'ils présentent certains produits dans des emballages plus petits et plus attrayants, susceptibles de mieux convenir aux désirs des détaillants. Souvent, le grossiste travaille de concert avec les représentants des ventes du fabricant afin d'assurer la promotion d'un produit auprès des détaillants. Contrairement à ce qui se passe dans d'autres pays, les grossistes japonais encourent des risques élevés dans la mesure où ils doivent supporter les inventaires et en assurer le financement. Pourtant, les grossistes intermédiaires sont soumis à de fortes pressions; ils doivent sans cesse justifier leur existence et leurs marges bénéficiaires. Par conséquent, les grossistes sont forcés d'offrir des services à valeur ajoutée. Ainsi, récemment, les maisons de gros ont commencé à offrir un service de livraison instantanée et à prendre en charge l'inventaire des détaillants; elles se conforment par ailleurs de plus en plus à la logique du marché et servent de relais entre les fabricants et les détaillants. Les grossistes ont donc été obligés de s'informatiser de manière à assurer la livraison immédiate des marchandises, à réduire leur inventaire et la quantité d'invendus et à permettre aux détaillants de répondre plus rapidement aux désirs des consommateurs.

Des changements considérables sont en train de se produire dans le secteur de la distribution au Kansai. Dans les régions rurales, des magasins à escompte consentent des réductions importantes sur des produits de marque connue et font de la vente par correspondance et de la mise en marché télévisée, cependant que des magasins d'importation directe n'ouvrent leurs portes qu'à leurs membres. Nul doute que ces bouleversements sont appelés à prendre de l'ampleur, mais il est essentiel d'avoir une connaissance approfondie de l'ensemble du système. Il est donc vital pour l'exportateur canadien de pouvoir identifier les réseaux de distribution et évaluer l'ampleur des approvisionnements non seulement au niveau sectoriel, mais également pour chacun des concurrents du grossiste. C'est à ce moment seulement que le fabricant peut espérer élaborer une stratégie de distribution solide et bien informée.

À cause du système de distribution à niveaux multiples, le consommateur japonais doit faire les frais du fait que chaque grossiste perçoit une marge bénéficiaire. Les fabricants canadiens sont d'ailleurs étonnés de constater l'écart énorme qui existe entre le prix des marchandises importées et celui que doit payer le consommateur. Au Japon, les marges bénéficiaires dépendent de divers facteurs tels que la taille et la fréquence des expéditions, la situation au niveau des ventes et les liens entre le vendeur et son client. Plus le produit approche de la fin de la chaîne, plus la marge est élevée. Ainsi, dans le cas de denrées alimentaires, le premier grossiste prendra une marge de 5 à 8 % sur les produits nationaux et de 4 à 7 % sur les produits importés. Le grossiste intermédiaire majorera quant à lui ses prix de 10 à 17 % dans le cas des produits nationaux et d'à peine 4 à 8 % dans le cas des produits importés. Pour ce qui est du détaillant, il est celui dont la marge bénéficiaire est la plus élevée.

De nombreux fabricants offrent des rabais aux grossistes qui atteignent leurs objectifs de vente. Pour le grossiste qui fait face à une baisse de sa marge bénéficiaire et à un accroissement de la concurrence, ces escomptes lui fournissent l'occasion d'établir des liens solides avec un fabricant. Dans son ouvrage intitulé *Trading Places*, Clyde Prestowitz ne manque pas de signaler les différences qui existent entre le Japon et les États-Unis lorsqu'il écrit que le système américain est basé sur la notion de l'offre et de la demande plutôt que sur la notion de liens entre acheteur et vendeur. Au Japon, même si le concept de l'offre et de la demande joue un rôle déterminant, il s'établit souvent une solide relation entre le grossiste et son client.

À cause des risques et des frais encourus, les Japonais n'ont généralement pas avantage à faire de l'importation, à moins que le prix des produits importés soit nettement moins élevé que celui des produits du pays ou d'autres produits semblables qui font déjà l'objet d'importations. Pour percer, les produits canadiens doivent posséder des caractéristiques qui les différencient clairement des produits concurrents. Les importateurs japonais feront toutefois exception à cette règle s'ils peuvent obtenir l'assurance d'être approvisionnés sur une base continue et régulière ou s'ils sont à la recherche de nouvelles sources d'approvisionnement. Les Japonais ont par conséquent tendance à éviter d'importer des produits à la mode qui, par définition, ne sont pas susceptibles de demeurer très longtemps sur le marché.

Il ne fait aucun doute que le système de distribution japonais mérite amplement sa réputation de véritable obstacle au commerce. Mais si on en juge d'après les succès obtenus par les entreprises canadiennes qui ont procédé consciencieusement, le marché japonais n'est pas totalement impénétrable. Le consulat général est en mesure de fournir aux exportateurs canadiens une liste de représentants japonais qui sauront les aider à obtenir des renseignements appropriés sur les réseaux de distribution, la circulation des biens, les marges bénéficiaires ainsi que l'opinion de certains spécialistes du Kansai, quel que soit le secteur.

6 À la recherche d'investissements

Le Kansai est l'endroit idéal pour dénicher des investisseurs, de nouveaux actionnaires ou des partenaires désireux de mettre sur pied des entreprises conjointes. Le consulat général est en mesure de suggérer d'éventuels candidats à cet égard. Plus que jamais, les médias, les missions de reconnaissance au Canada et autres activités de prospection permettent aux entrepreneurs du Kansai de savoir que le Canada a un préjugé favorable à l'endroit des gens d'affaires et que l'Accord canado-américain de libre-échange fait de notre pays un endroit où il est intéressant d'investir.

L'image que le Kansai se fait du Canada, de ses montagnes Rocheuses et des chutes Niagara est certes très importante sur le plan touristique, mais elle est quelque peu inappropriée lorsque vient le temps d'attirer des investissements manufacturiers, sans compter que nos concurrents se livrent eux aussi à une lutte féroce, à l'échelle internationale, pour attirer les investisseurs japonais. Ainsi, la popularité des colloques destinés à encourager les investissements a atteint son point de saturation. Il existe tellement de régions qui peuvent se vanter de posséder des caractéristiques telles qu'accès à de vastes marchés, énergie bon marché et abondance de main-d'oeuvre qualifiée, qu'il est de plus en plus difficile de distinguer les différents « produits » les uns des autres. L'efficacité en ce domaine se résume désormais à sélectionner un groupe précis d'entreprises, à avoir un plan d'affaires solide et à miser sur la technologie de pointe. Les conseillers du consulat général pourront vous aider à préparer et à présenter un plan d'affaires adéquat, qui réponde aux exigences des investisseurs locaux.

7 Sources de renseignements et de financement

Le Programme de développement des marchés d'exportation. Comme son nom l'indique, le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) vise à appuyer, par le biais de son programme d'aide financière, les objectifs du gouvernement canadien en matière d'expansion des exportations.

Le PDME constitue l'un des principaux outils de promotion des échanges commerciaux dont dispose Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). La Direction des programmes d'exportation et d'investissement s'occupe de la gestion de ce programme et en assure la mise en oeuvre conjointement avec Industrie, Sciences et Technologie Canada.

Le PDME vient en aide aux entreprises canadiennes désireuses de mettre sur pied divers projets de promotion des exportations ou de prendre part à de telles initiatives, qu'elles soient privées ou publiques. Ce programme permet de minimiser les risques que comporte le développement des marchés internationaux en assumant une partie des frais reliés aux activités que les entreprises, laissées à elles-mêmes, ne seraient pas en mesure ou ne seraient pas tentées de mettre sur pied.

Pour obtenir de plus amples renseignements au sujet du PDME, prière de s'adresser à la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon, AECEC, Ottawa, ou au centre du commerce international le plus près de chez vous (voir le chapitre intitulé « Adresses utiles au Canada »).

WIN Exports. La Direction de l'expansion du commerce avec le Japon d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, à Ottawa, constitue une importante source canadienne de renseignements pour toutes les questions touchant le commerce avec le Japon. Elle apporte son concours à toutes les activités commerciales du Canada au Japon.

L'outil de base utilisé pour recommander les entreprises canadiennes à des clients japonais éventuels est le Réseau mondial d'information sur les exportations (WIN Exports), dont l'administration est assurée par le Ministère. Cette banque de données informatisée représente l'un des meilleurs moyens pour les exportateurs canadiens d'avoir accès aux marchés étrangers. Pour de plus amples renseignements, faites le (613) 996-1430.

Rapports de solvabilité. Il arrive fréquemment que le consulat général du Canada puisse fournir des rapports de solvabilité sur des agents ou des clients éventuels. Un rapport normal préparé par la Teikoku Data Bank peut coûter 400 $ CAN et plus, selon les renseignements désirés et l'urgence de la demande. La société Dun & Bradstreet peut également, à partir du Canada, établir des rapports de solvabilité sur des entreprises japonaises. Pour de plus amples renseignements, prière de communiquer avec : Dun & Bradstreet Canada Limited, 365 Bloor Street East, Toronto (Ontario); *adresse postale* : P.O. Box 6200, Station A, Mississauga (Ontario) L5A 4G4; tél. : (416) 568-6000.

Chambres de commerce. Il existe au Kansai de nombreuses chambres de commerce locales susceptibles de fournir des renseignements (autres que financiers) concernant les activités de leurs membres. Les chambres d'Osaka, de Kyoto et de Kobe disposent de divisions internationales dont le personnel parle anglais. Voir le chapitre intitulé « Adresses utiles au Japon ».

Petites annonces et publicité. L'ambassade canadienne à Tokyo publie *Canada News*, un bulletin qu'elle distribue chaque trimestre à des milliers de gens d'affaires du Kansai et des autres régions du Japon. On trouve dans ce bulletin des nouvelles tirées de journaux canadiens, des anecdotes intéressantes portant sur la vente, des articles sur de nouveaux produits et des communiqués de presse. Une section réservée aux petites annonces permet aux entreprises à la recherche d'agents ou de distributeurs de faire de la publicité sans frais. Ces annonces sont d'une très grande efficacité pour qui cherche un distributeur au Kansai.

Autres sources de renseignements. Les bureaux d'experts-conseils comme Price Waterhouse ou Touche Ross et les grandes banques canadiennes publient des brochures gratuites sur le commerce avec le Japon. Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada diffuse lui aussi de nombreuses publications qui vous aideront à mieux connaître le marché japonais. Veuillez téléphoner au Ministère à Ottawa, (613) 993-6435, pour obtenir des exemplaires des plus récentes analyses du marché japonais ou communiquez avec la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (responsable du secteur d'Osaka) au (613) 995-8985. La Japan External Trade Organisation (JETRO) possède également des bureaux à travers le Canada; ceux-ci pourront vous donner des renseignements utiles et gratuits dans la plupart des cas. Vous trouverez la liste des bureaux JETRO au chapitre intitulé « Adresses utiles au Canada ».

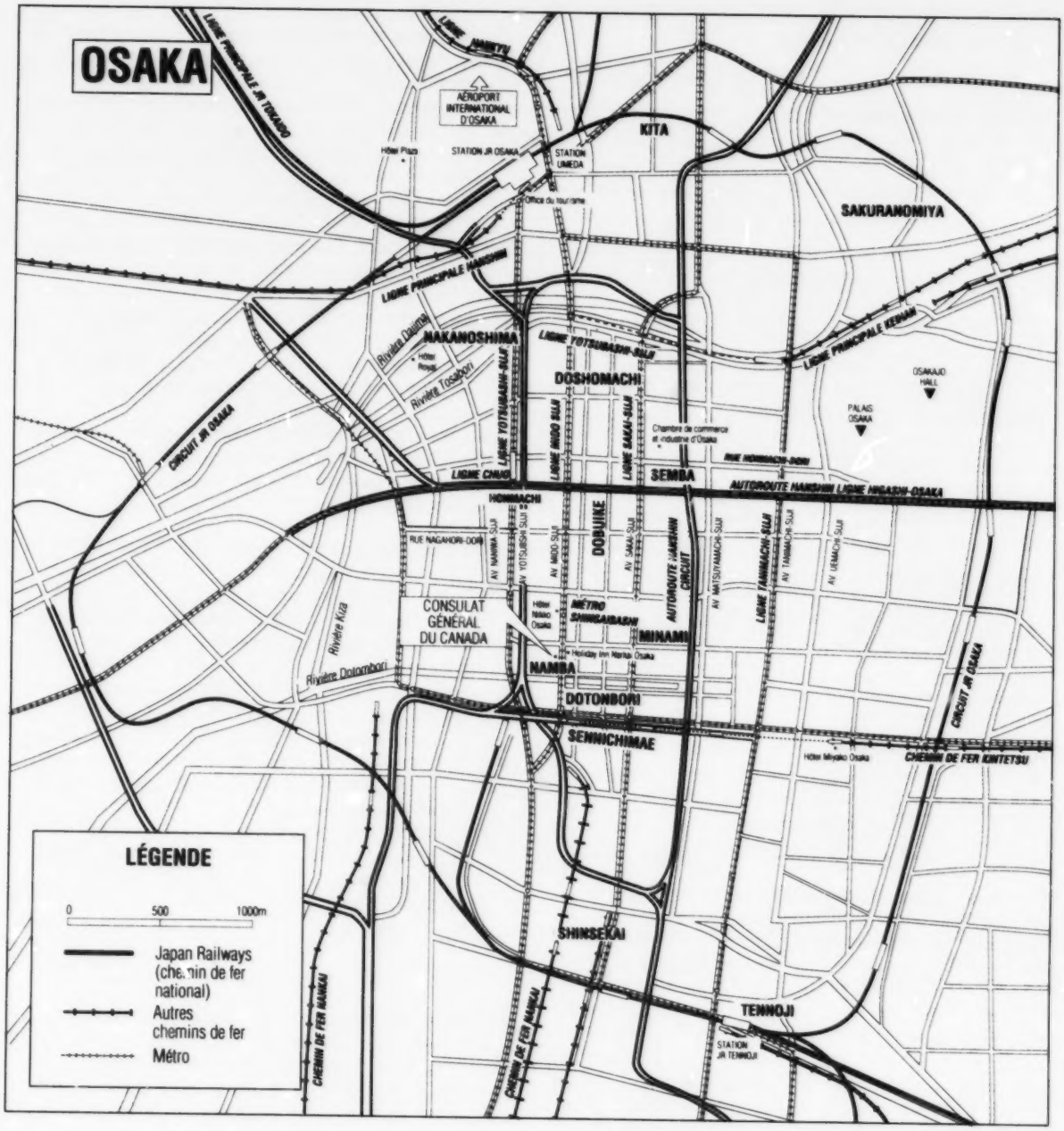
8 Votre visite au Kansai

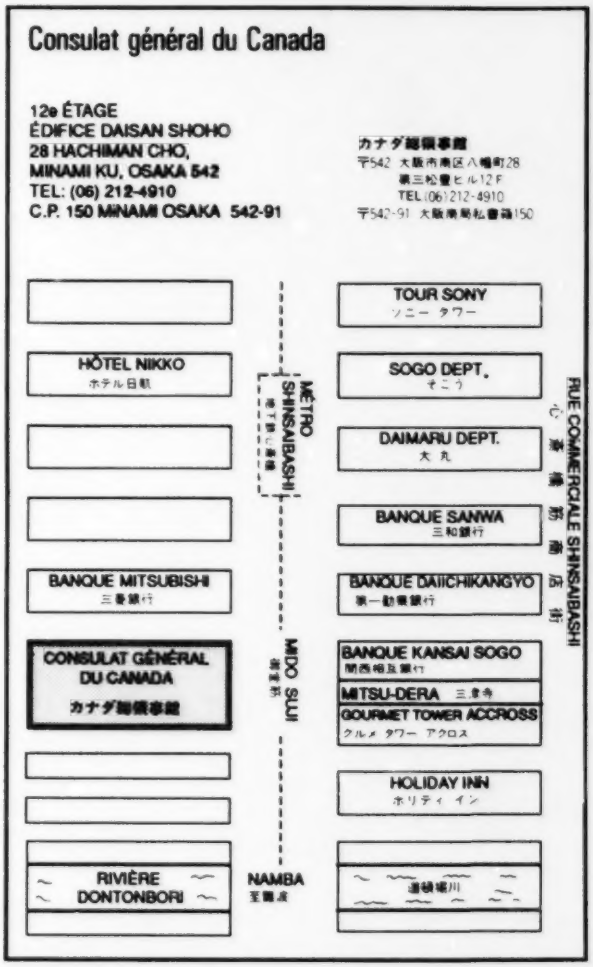
Services offerts par le consulat général du Canada

Le personnel des missions canadiennes à l'étranger se compose de délégués commerciaux d'origine canadienne et d'agents au commerce recrutés sur place. Située au coeur de l'action, rue Midosuji, la principale artère d'Osaka, la Direction des services commerciaux du consulat général traite au-delà d'un millier de demandes chaque année. Elle sert de relais entre les entreprises canadiennes et la communauté d'affaires locale et offre un éventail complet de services. Le délégué commercial est à la recherche de débouchés à l'intention des entreprises canadiennes intéressées au marché japonais et susceptibles d'y faire bonne figure. Sur demande et dans des limites raisonnables, il peut faire une étude de marché.

Si elle est avisée assez longtemps d'avance (toutes les communications avec le consulat général devraient se faire par télécopieur ou par télex), la Direction des services commerciaux peut vous fixer un rendez-vous avec des représentants locaux, recommander aux exportateurs canadiens les agents les plus susceptibles de représenter leurs produits et services et répertorier les agents qui s'y connaissent le mieux en matière de réglementation douanière, de fiscalité et d'expédition.

Les délégués commerciaux sont par ailleurs en mesure de représenter les intérêts canadiens au cours de négociations tarifaires bilatérales se déroulant dans le pays hôte. Ils peuvent donc porter à l'attention du gouvernement local toute plainte concernant d'éventuelles barrières non tarifaires.


OSAKA
LIGNE PRINCIPALE JR TOKAIDO
LIGNE JOBUTSU
AÉROPORT INTERNATIONAL D'OSAKA
Hôtel Plaza
STATION JR OSAKA
STATION UMEDA
KITA
Office du tourisme
SAKURANOMIYA
LIGNE PRINCIPALE HANSHIN
LIGNE PRINCIPALE KEIHAN
Rivière Dojima
NAKANOSHIMA
Hôtel Royal
Rivière Tosabori
LIGNE YOTSUBASHI-SUJI
DOSHOMACHI
LIGNE MIDO SUJI
LIGNE SAKAI-SUJI
Chambre de commerce et industrie d'Osaka
RUE HONMACHI-DORI
OSAKAJO HALL
PALAIS OSAKA
CIRCUIT JR OSAKA
LIGNE CHUO
SEMBA
AUTOROUTE HANSHIN LIGNE HANSHIN-OSAKA
HONMACHI
RUE NAGAHORI-DORI
AV NAKAMA-SUJI
AV YOTSUBASHI SUJI
AV MIDO-SUJI
DOBUIKE
AV SAKAI-SUJI
AUTOROUTE HANSHIN CIRCUIT
AV MATSUYAMACHI-SUJI
LIGNE TANIMACHI SUJI
AV TANIMACHI SUJI
AV UEMACHI SUJI
CONSULAT GÉNÉRAL DU CANADA
Hôtel Nikko Osaka
MÉTRO SHINSAIBASHI
MINAMI
Holiday Inn Namba Osaka
Rivière Kita
Rivière Dotomborl
NAMBA
DOTONBORI
SENNICHIMAE
Hôtel Miyako Osaka
CHEMIN DE FER KINTETSU
CIRCUIT JR OSAKA
SHINSEKAI
CHEMIN DE FER NANKAI
CHEMIN DE FER NANKAI
TENNOJI
STATION JR TENNOJI
LÉGENDE
0
500
1000m
Japan Railways (chemin de fer national)
Autres chemins de fer
Métro



Si vous avez une plainte à formuler à cet égard, n'hésitez pas à nous en faire part. Nous pourrons soit tenter d'intervenir directement en votre faveur, soit référer la question aux responsables canadiens chargés de régler les problèmes de politique tarifaire en compagnie des représentants du gouvernement japonais à Tokyo.

Bon nombre d'entreprises canadiennes profitent des progrès en télécommunications pour envoyer leur formulaire d'exportateur à l'ensemble des délégations commerciales du Canada à l'étranger, mais il s'agit là d'une pure perte de temps. Comme il sera impossible à ces entreprises de donner suite à toutes les prises de contact établies par les délégués commerciaux, il s'ensuit que ces délégués perdent également un temps précieux qu'ils pourraient consacrer à des entreprises réellement intéressées à s'attaquer à des marchés spécifiques. Il est plus efficace de concentrer ses efforts sur une région à la fois et d'y établir un solide réseau de distribution avant de s'attaquer à la suivante.

Le degré d'assistance que la Direction des services commerciaux est en mesure de vous offrir est directement proportionnel aux renseignements que vous lui communiquez. Au nombre des informations utiles se trouvent : un historique de votre entreprise, une description détaillée de vos produits, le but de votre visite, les noms de vos relations d'affaires présentes et passées, le degré d'expérience que vous avez déjà du marché du Kansai et le genre d'avantages que votre entreprise peut offrir à un distributeur local. Dans les cas où le produit ou le service est très spécialisé ou comporte des composantes hautement techniques, il importe de fournir des renseignements détaillés sur son utilisation, sur le genre de présentation nécessaire et sur les noms des concurrents déjà présents sur le marché afin d'éviter des recherches ou des réunions inutiles.

Enfin, les entreprises canadiennes auront avantage à garder le contact avec le consulat général et à tenir les délégués commerciaux au courant de l'évolution de la situation ou de tout projet futur.

Le consulat général met gratuitement à la disposition des exportateurs canadiens une salle polyvalente, entièrement équipée, qui peut servir à organiser des présentations de vente, des réunions d'affaires ou des réceptions. Il est également possible de retenir les services d'un traiteur, dont les coûts varient en fonction du menu choisi. Si vous souhaitez donner un cocktail, il faut compter environ 3 000 yens et plus par personne pour ce qui est de la nourriture, et 2 000 yens pour les boissons, incluant bière, boissons alcoolisées et boissons gazeuses. Dans le cas de plats plus élaborés, il faut compter environ 6 000 yens et plus par personne. Les réceptions à l'hôtel coûtent beaucoup plus cher, puisqu'il faut payer également des frais de location de salle, des frais de service et la taxe.

Gardez le contact!

Au Japon, les rapports personnels sont essentiels à la conduite des affaires. En matière d'exportation, la première impression est donc un élément vital du succès. Ce qui caractérise les gens d'affaires japonais, c'est leur extrême ponctualité. Il leur arrive souvent de se présenter 10 à 20 minutes avant l'heure fixée pour un rendez-vous. Ne soyez pas surpris de constater par ailleurs qu'un nombre plus élevé que prévu de personnes se présentent à un rendez-vous. Cela est dû, en grande partie, au fait que le système japonais de prise de décision est très décentralisé. Il se peut même que des techniciens présents à une réunion aient eu à parcourir de grandes distances pour s'y rendre.

Tableau 2

Fiche signalétique de l'exportateur à l'intention de la délégation commerciale à Osaka

Si vous avez l'intention d'effectuer un voyage d'affaires au Kansai et de recourir aux services de la délégation commerciale du Canada, veuillez fournir les renseignements suivants au sujet de vos produits et de votre entreprise.	
Produits	Veuillez décrire le ou les produits que vous désirez vendre au Kansai et indiquer deux ou trois avantages qu'ils peuvent présenter pour ce marché.
Entreprise	Veuillez fournir les renseignements suivants concernant votre entreprise : historique, taille, nombre d'employés, etc. Dressez la liste des pays où vous exportez déjà et indiquez brièvement les résultats obtenus. Mentionnez également le type d'agent qui vous représente dans chacun de ces pays et vos principaux comptes étrangers.
Mode de distribution	Veuillez préciser comment vous souhaitez distribuer vos produits (p. ex., agents, vente directe, etc.) et décrire les méthodes de distribution typiques des pays où vous êtes déjà implanté. En affaires, les Japonais aiment établir des liens étroits; il est donc très difficile de faire de la vente directe de l'étranger.
L'agent idéal	Veuillez indiquer de façon détaillée les caractéristiques, l'expérience et les antécédents que devrait avoir l'agent qui représentera vos produits (p. ex., « entreprise de taille moyenne qui vend du matériel d'ordinateurs et des logiciels à la communauté financière »). Soyez aussi précis que possible. Votre expérience passée peut nous être d'un précieux secours dans nos recherches.
Arguments de vente	Veuillez indiquer cinq ou six éléments clés concernant votre entreprise et susceptibles d'intéresser d'éventuels agents (p. ex., « notre entreprise est le deuxième fabricant de cuisines modulaires en importance au Canada »).
Concurrents	Veuillez énumérer les marques de commerce, raisons sociales et adresses (au complet) de vos principaux concurrents. Ainsi, nous éviterons de faire parvenir votre documentation à des entreprises qui représentent vos concurrents et nous pourrons vous tenir au courant des résultats obtenus par ces derniers au Kansai.
Perspectives commerciales	Veuillez indiquer quelles sont vos attentes en termes de volume de marchandises expédiées.
Aide souhaitée de la part de la délégation commerciale	Veuillez préciser de façon détaillée ce que vous attendez de la part du personnel du consulat général.

Faites par conséquent l'effort d'arriver à l'heure à tous vos rendez-vous. Si vous prévoyez arriver en retard, prévenez vos interlocuteurs. N'hésitez pas à demander de l'aide s'il vous faut annuler un rendez-vous. Tâchez toutefois d'éviter d'en arriver à cette extrémité, surtout à la dernière minute. Non seulement vous y perdriez toute crédibilité, mais vous entameriez sérieusement celle de tous les Canadiens qui s'efforcent de percer le marché japonais. Les représentants officiels du Canada entretiennent généralement des liens étroits avec des hauts fonctionnaires ou des dirigeants d'entreprises japonais. Néanmoins, la qualité de ces liens tient à notre capacité de maintenir un degré élevé de professionnalisme dans toutes nos activités.

Lorsque vous entrez en contact avec des gens d'affaires japonais, tenez-nous au courant des résultats obtenus et de l'utilité de ces nouveaux liens, et faites-nous savoir si nos efforts pour vous aider à mettre sur pied un réseau de distribution ont porté fruit ou non. Nous pourrons ainsi tenir à jour les listes des agents et informer vos distributeurs de tout projet susceptible de les intéresser.

L'importance de la présentation

Il est important pour les entreprises canadiennes d'effectuer la présentation la plus complète possible de leurs produits et de leurs activités dès le premier contact avec un client éventuel. Cette étape préliminaire doit servir à fournir tous les renseignements qui permettront d'établir votre respectabilité et votre fiabilité et qui convaincront ce client que vous avez les intérêts du marché japonais à coeur.

Les gens d'affaires du Kansai exigent normalement plus de renseignements que les Canadiens ne sont habitués d'en fournir. Assurez-vous de mentionner dès les premières rencontres toute expérience que votre entreprise aurait pu avoir au Kansai dans le passé. Tous vos clients éventuels voudront surtout savoir de quelle manière vous traitez les réclamations, si vous êtes disposé à modifier votre produit en fonction des exigences locales et si vous êtes prêt à respecter les échéances convenues.

Il est très important d'avoir en main une liste de prix de vos produits. Votre client sera davantage en mesure d'évaluer où se situe son intérêt si vous avez fait tous les calculs pour lui. Les prix sont normalement établis en dollars US ou en yens, FOB à Osaka ou Kobe. Avant votre arrivée au Japon, tâchez de savoir quelles sont les dispositions tarifaires concernant vos produits. Incluez dans votre documentation des coupures de journaux ou tout autre renseignement de même nature qui permettront à vos clients éventuels d'évaluer rapidement les possibilités de commercialisation offertes par vos produits. Avant d'effectuer une démonstration, assurez-vous que vos produits respectent les normes de l'industrie locale et les normes japonaises en matière de sécurité. La moindre défaillance à cet égard se traduirait aussitôt par une perte de confiance en vos produits aussi bien qu'en votre entreprise.

Les chances de conclure une entente lucrative après un simple échange de documentation concernant votre entreprise et vos produits sont extrêmement minces. Pour connaître le succès, il est normalement essentiel de se rendre à plusieurs reprises au Kansai. Les gens d'affaires canadiens s'attendent toutefois trop souvent à obtenir des résultats instantanés. La patience demeure pourtant la meilleure conseillère pour qui veut réussir au Kansai.

Cartes de visite

L'échange de cartes de visite ou « meishi » constitue une formalité indispensable au Japon. Les voyageurs sont priés d'en faire une bonne provision et d'y indiquer tous les renseignements pertinents, en anglais d'un côté et en japonais de l'autre. (Beaucoup de Japonais lisent l'anglais, mais très peu connaissent le français.) Il est préférable de faire imprimer vos cartes au Canada, mais le consulat général peut s'occuper de faire imprimer des cartons d'identification à votre intention. De même, les grands hôtels sont généralement en mesure de vous offrir ce service en l'espace de 24 heures. L'échange de cartes symbolise l'établissement d'un rapport entre deux individus; il fait donc l'objet d'un certain protocole. Il ne faut jamais lancer sa carte de visite sur un bureau. Une carte de visite doit être présentée et acceptée dans les règles, votre interlocuteur bien en face de vous. Vous devez traiter la carte de ce dernier avec respect. Il est sage de conserver vos cartes à portée de la main, dans la poche poitrine de votre chemise ou de votre veston. Les femmes ont l'habitude de conserver un étui à cette fin qu'elles sortent de leur sac à main tout juste avant de rencontrer leur interlocuteur. Comme un grand nombre de Japonais ne font pas imprimer leurs cartes de visite en anglais, il est bon d'y inscrire quelques notes qui vous permettront de reconnaître votre interlocuteur par la suite. Attendez toutefois d'être hors de sa présence pour ce faire.

Présents et cadeaux

Les voyageurs sont souvent confus devant la générosité et l'hospitalité japonaises. La coutume de remettre des présents est un des traits fondamentaux de la culture japonaise; elle permet de souligner l'importance des liens établis avec un client. Ne vous inquiétez pas trop au sujet des dépenses que cette pratique pourrait vous occasionner. Contentez-vous d'offrir des petits cadeaux et

d'avoir un ou deux présents de plus grande valeur en réserve pour les personnes qui font des efforts particuliers pour vous rendre service. Si vous vous rendez au Japon pour la première fois, les objets les plus représentatifs du Canada, ou même de votre province, sont ceux qui font la meilleure impression. Il peut s'agir d'imprimés ou de lithogravures représentant des scènes canadiennes, de petite dimension, sans cadre, dont le poids est faible et qu'il est facile d'emballer. On peut également offrir des livres dans lesquels les photos ou les images priment le texte, des disques compacts d'orchestres canadiens, des ensembles de sous-verres, des sculptures de taille réduite et des insignes ou des épingles (de préférence dans un écrin). À mesure que les rapports se développeront, les gens d'affaires

Tableau 3

Principales foires commerciales, par secteur

Événement	Fréquence	Date	Coûts*
Aliments préparés et produits de consommation			
International Food Exhibition — Osaka	années paires	printemps	300 000
Kobe Import Fair	annuelle	automne	9 000
Osaka International Trade Fair	années paires	printemps	190 000
Produits et services de technologie de pointe			
Osaka Mechatronics Fair	annuelle	printemps	240 000
Bio Japan	années paires	printemps	310 000
NEPCON Osaka (semi-conducteurs)	années paires	automne	280 000
Produits électroniques			
Japan Electronics Show	alternance entre Osaka et Tokyo	automne	250 000
Équipement et machinerie			
Kobe Techno-Ocean (génie maritime)	années paires	automne	250 000
Textile Machine Show	tous les 4 ans	automne	350 000
Airport Construction Show (ACE)	années paires	printemps	300 000
Japan Int'l Food and Engineering	annuelle	automne	240 000
Habillement			
World Fashion Fair	annuelle	automne	240 000
Technologie de pointe (secteurs variés)			
Technomart Osaka	annuelle	hiver	280 000
Techno Osaka	années paires	automne	250 000
Bois et matériaux de construction			
Kobe International Housing Fair	années paires	printemps	300 000
Tourisme			
Tour Expo	années paires	printemps	250 000
Promotion des investissements			
Asia Global Business Convention	années paires	automne	20 000

* Frais habituels de location d'un kiosque d'une superficie d'environ 9 m^2. (Les frais de construction, de décoration, d'utilisation des services publics, etc., sont en sus.)

canadiens seraient avisés de s'enquérir du moment opportun pour remettre à leurs hôtes le présent traditionnel qui leur permettra d'observer les convenances à cet égard. N'oubliez cependant pas que le présent doit être offert dans un emballage attrayant, quelle qu'en soit la valeur. (Le lecteur trouvera au tableau 5 la liste des hôtels qui offrent un service de livraison de cadeaux.)

Réceptions et divertissements

Ne soyez pas étonné si votre hôte vous offre d'aller dîner ou de prendre un verre à la dernière minute. Il s'agit d'une coutume répandue au Japon et vous devriez accepter l'invitation qui vous est faite. Il s'agit là d'une excellente occasion de faire connaissance avec vos collègues japonais, sans compter qu'il arrive parfois que des discussions d'affaires informelles aient lieu au bar ou au restaurant plutôt qu'au bureau. Mais les Japonais cherchent surtout par là à établir un climat de confiance et à mieux vous connaître.

Comme ce genre de sorties peut coûter très cher, ne vous inquiétez pas de ne pouvoir rendre la pareille à vos hôtes. Si ceux-ci se rendent au Canada, vous pourrez toujours les inviter au moment propice. Ainsi, le golf tient de l'obsession nationale au Japon; la plupart des gens d'affaires japonais seront ravis de pouvoir jouer au golf au Canada si vous leur en donnez l'occasion. Ils apprécieront également le fait d'être reçus à dîner chez vous. Il n'est pas nécessaire d'être cérémonieux : les barbecues sont très populaires auprès des Japonais!

Si vous prévoyez inviter vos collègues japonais à dîner au cours de votre séjour au Japon, une soirée western serait tout à fait appropriée. Comme hôte, vous éviterez ainsi la plupart des pièges liés aux coutumes et aux règles concernant notamment la place des invités à table. Il peut cependant vous coûter très cher de recevoir des gens dans un grill-room. Vous devriez par conséquent demander au préalable au personnel du consulat général ou de votre hôtel de vous indiquer des restaurants dont les prix et l'atmosphère vous conviendront.

Documentation concernant vos produits

Votre délégué commercial aura besoin de quelques brochures ou prospectus publicitaires pour commencer à sonder le marché. Il est également d'usage de fournir un résumé de l'historique de votre entreprise, de votre stratégie de mise en marché, etc. Afin d'augmenter l'impact de votre documentation, vous devriez songer sérieusement à la faire traduire en japonais. Faites parvenir au moins cinq exemplaires de votre matériel publicitaire au personnel de la délégation, et davantage encore si vous souhaitez qu'il soit distribué à toutes les entreprises susceptibles de s'intéresser à vos produits.

Douanes et tarifs douaniers

Si vous expédiez des échantillons et des prospectus, comptez au moins cinq jours ouvrables avant qu'ils soient dédouanés. Il est important de noter que les échantillons pesant moins de 10 kg et que vous transportez avec vous ne sont habituellement pas soumis aux règles et aux procédures d'inspection normalement applicables.

La réglementation concernant les tarifs douaniers et leur interprétation est très complexe et change constamment. Nous ne pouvons par conséquent pas vous renseigner à ce sujet, mais votre courtier en douane devrait pouvoir vous aider. Si vous n'en avez pas, le consulat général du Canada peut communiquer avec le service des douanes en votre nom et demander à ce qu'une décision soit rendue.

Principales foires commerciales

Il est souvent judicieux de faire coïncider une première visite au Kansai avec une importante foire commerciale. Ces expositions fournissent une excellente occasion d'évaluer les possibilités du marché et le degré d'habileté de vos concurrents. Les droits de participation à ces expositions demeurent toutefois prohibitifs et il est déconseillé d'engager de telles dépenses avant d'avoir procédé à une première évaluation du marché.

Services juridiques

Il peut arriver aux gens d'affaires en visite au Kansai d'avoir besoin des services d'un avocat japonais. Le chapitre intitulé « Adresses utiles au Japon » compte une liste de certains cabinets qui offrent des services en anglais.

Location d'équipement

Les organisateurs de foires commerciales fournissent habituellement la liste des entrepreneurs qui ont reçu leur approbation ou dont les noms ont été retenus pour la construction des kiosques. Dans le cas d'autres activités de promotion commerciale pour lesquelles il vous faudra louer de l'équipement ou du mobilier, ou faire appel à d'autres services, la liste des sociétés du tableau 4 peut vous être utile.

Pour se rendre au Kansai

Le voyageur nord-américain qui débarque au Japon a habituellement besoin d'un jour ou deux pour se remettre du décalage horaire. Il est donc préférable d'arriver un vendredi ou un samedi, ou tout au moins de ne pas prévoir de rencontre d'affaires avant la troisième journée. Les Lignes aériennes Canadien International Ltée (CAIL) et les Lignes aériennes japonaises (JAL) offrent toutes deux des vols directs entre Toronto ou Vancouver et Tokyo. Il n'existe pas de ligne directe entre le Canada et Osaka mais il se peut qu'une ligne soit établie lorsque la construction de l'aéroport international du Kansai sera achevée.

Tableau 4

Compagnies de location

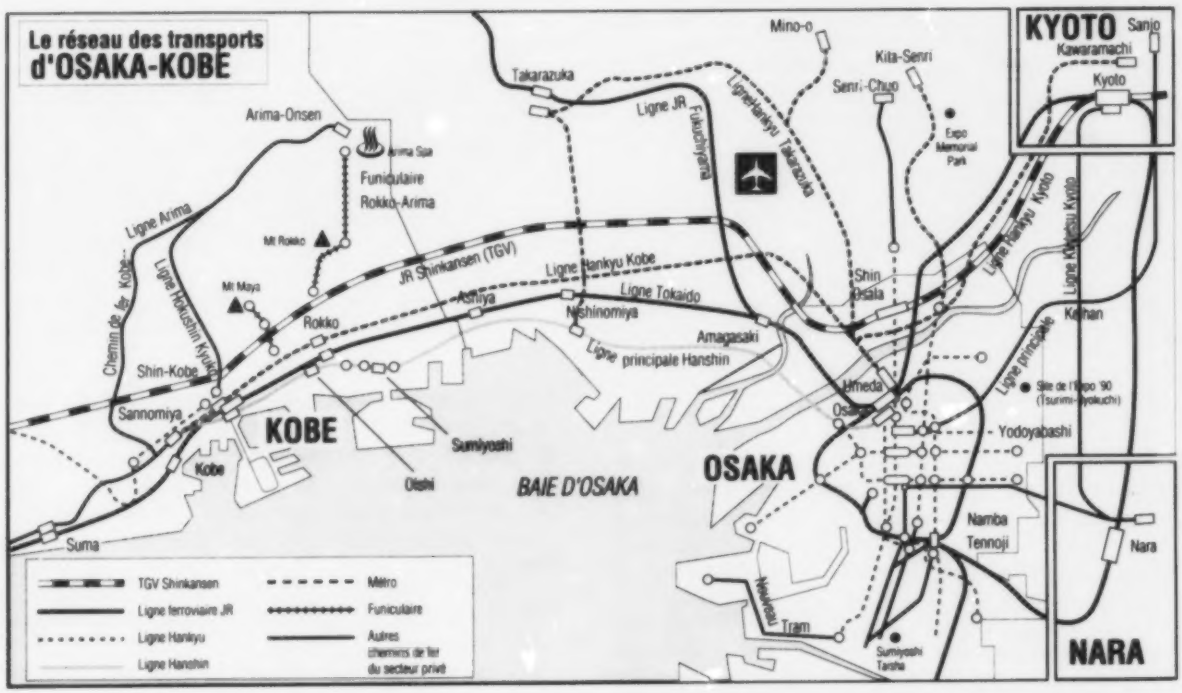
Compagnie	Services
Crown Leasing Corp. Osaka Kokusai Building, 20F 2-3-13, Azuchi-machi Chuo-ku, Osaka 541 Tél. : (06) 264-6611 Télécopieur : (06) 264-6630	Ordinateurs, équipement de bureau, machinerie industrielle, machines-outils, automobiles, vitrines, etc.
Fuyo General Lease Co., Ltd. Semba Central Building, 3F 2-6-8, Hommachi Chuo-ku, Osaka 541 Tél. : (06) 252-6451 Télécopieur : (06) 251-4084	Ordinateurs, équipement de bureau, machinerie industrielle, machines-outils, automobiles, équipement commercial (vitrines, etc.)
Nishio Rent All Corp., Ltd. Minami-Semba Idemitsu Sekiyu Building, 11F 3-4-26, Minabi-Semba Chuo-ku, Osaka 542 Tél. : (06) 251-0070 Télécopieur : (06) 252-0285	Articles personnels et ménagers y compris des valises, des appareils électriques, etc.
Sankyo Lease Co., Ltd. 3-10-5, Nakamichi Higashinari-ku, Osaka 537 Tél. : (06) 974-0505 Télécopieur : (06) 974-0508	Bureaux, chaises, tables de conférence, appareils de chauffage, climatiseurs, etc.

La plupart des voyageurs canadiens qui désirent se rendre à Osaka atterrissent à Narita et font des affaires à Tokyo avant de se rendre au Kansai en train ou en avion. Mais si vous souhaitez vous rendre directement au Kansai, vous risquez d'avoir des difficultés à réserver une place sur les vols reliant Narita et Osaka. Vous auriez alors tout intérêt à prendre l'avion à partir de San Francisco (United) ou de Los Angeles (Northwest), deux villes qui offrent des vols directs vers Osaka. Vous pourriez également envisager de revenir en Amérique par la même route. Osaka offre un excellent service de liaisons directes avec la plupart des grandes villes d'Asie, mais la majorité des vols vers l'Europe et en provenance de l'Europe passent malheureusement par Narita. La compagnie Lufthansa offre toutefois le service entre Francfort et Osaka, via Hong-Kong.

Pour voyager à l'intérieur du Kansai

La région du Kansai se situe grosso modo au centre de l'archipel japonais. Le train vous mène d'Osaka à Kyoto, Kobe ou Nara en 40 minutes environ. Le Shinkansen (train à grande vitesse) permet de vous déplacer entre Osaka et Tokyo en trois heures et 150 trains font la navette tous les jours entre ces deux villes (entre 7 et 18 heures, les départs se produisent à quelques minutes d'intervalle).

L'aéroport international d'Osaka (Itami) se trouve également à 40 minutes de voiture du centre-ville et il offre des liaisons directes avec 27 aéroports nationaux. À partir de la gare Shin-Osaka, les taxis se rendent en quelque 30 minutes (selon la circulation) aux principaux hôtels du centre-ville pour environ 2 000 yens. Le train de banlieue et la ligne de métro Midosuji font la navette entre la gare Shin-Osaka et Umeda, le cœur d'Osaka (coût : 190 yens).



Suivi

Pour réussir au Kansai, il est essentiel de faire un suivi continuel, méthodique et minutieux. De nombreuses entreprises canadiennes ont perdu des occasions en or, faute d'avoir donné suite à des engagements pris au cours de réunions d'affaires.

Au Japon, le télécopieur a pris la relève du télex en tant qu'outil de communication électronique le plus efficace. Même si la plupart des Japonais savent lire l'anglais, ils hésitent parfois à répondre dans cette langue, de crainte notamment d'être mal compris. Il est donc de mise de confirmer qu'une transmission a été bien reçue (les télécopieurs éprouvent parfois des difficultés) et de faire suivre une conversation téléphonique d'une lettre de confirmation. Si vous faites parvenir une copie de vos messages au consulat général, nous serons en mesure de vous aider si la communication est embrouillée ou interrompue subitement.

Passeports

Les visiteurs de passage au Japon doivent se conformer à la loi japonaise sur l'enregistrement des étrangers et toujours avoir leur passeport en leur possession. Les gens d'affaires qui détiennent un passeport canadien en vigueur n'ont pas besoin de visa pour se rendre au Japon, à moins d'avoir l'intention d'y demeurer plus de trois mois ou d'y exercer un emploi. Ce sont toutefois les responsables de l'immigration qui décident, au moment et à l'endroit du débarquement, de la durée du séjour des visiteurs qui ne sont pas munis d'un visa. Les autorités japonaises acceptent de prendre en considération les demandes de prolongation de la durée initiale du séjour. Les gens d'affaires munis d'un passeport autre que canadien devraient communiquer avec le consulat japonais le plus près de chez eux pour obtenir de plus amples renseignements.

Formalités médicales

Les visiteurs en provenance du Canada n'ont pas besoin d'être vaccinés contre la variole. Si les visiteurs proviennent de pays où la variole, la typhoïde et le choléra sévissent (la plupart des pays asiatiques), on peut les obliger à présenter un certificat de vaccination. Informez-vous auprès des compagnies aériennes au moment de faire vos réservations.

La question des soins de santé ne présente pas de difficultés au Japon. En cas de besoin, on peut se présenter dans presque tous les services médicaux des grandes villes et la plupart des hôtels internationaux peuvent vous mettre en rapport avec un médecin ou un dentiste qui parle l'anglais. L'eau est potable et les risques concernant la nourriture ne sont pas plus élevés qu'au Canada.

Hôtels

Osaka occupe une position centrale dans la région du Kansai. Il est généralement plus pratique pour les gens d'affaires d'y séjourner et d'effectuer, au besoin, des visites d'une journée à Kobe, Kyoto ou Nara. L'hôtel Nikko et l'hôtel Nankai South Tower sont à peine à cinq minutes de marche du consulat général du Canada à Osaka.

Le tableau 5 répertorie les principaux hôtels d'Osaka, de Kyoto et de Kobe, y compris les services offerts et les coûts. Les hôtels offrent généralement des services de télécopieur et de télex. Des frais viennent toutefois s'ajouter aux coûts habituels d'utilisation de ces services. Tous ces hôtels peuvent également vous mettre en contact avec des services de messagerie ou des services de livraison de fleurs et de chocolats.

Les prix sont indiqués en yens pour une chambre occupée par une personne. Ces tarifs sont en vigueur à compter d'août 1990 et incluent les réductions consenties dans le cadre de réservations faites par le consulat général du Canada pour le compte de visiteurs canadiens. Ces prix sont donc susceptibles d'être modifiés sans préavis.

Tableau 5

Principaux hôtels du Kansai

Hôtel (yens/nuit)	Service de dactylographie	Service de traduction	Impression de cartons d'identification	Installations sportives
Osaka				
Hôtel Nikko (18 000) 1-3-3, Nishi-Shinsaibashi Chuo-ku, Osaka 542 Tél. : (06) 244-1111 Télécopieur : (06) 245-2432	1 500 yens/p.	10 000 yens/p. 3 jours	10 000 yens/100	S/O
Hôtel New Otani (13 000) 1-4-1, Shiromi Chuo-ku, Osaka 540 Tél. : (06) 941-1111 Télécopieur : (06) 941-9769	2 500 yens/p.	20 000 yens/p.	24 heures	Gymnase, piscine et sauna (sans frais)
Hôtel Nankai South Tower (14 000) 5-1-60, Namba Chuo-ku, Osaka 542 Tél. : (06) 646-1111 Télécopieur : (06) 648-0331	2 000 yens/p. Location de machine : sans frais	15 000 yens/p. 2 jours	4 500 yens/100 2 jours	Gymnase, piscine et sauna (1 800 yens)
Hôtel Royal (18 000) 5-3-68, Nakanoshima Kita-ku, Osaka 530 Tél. : (06) 448-1121 Télécopieur : (06) 444-6570	Location de machine : 1 000 yens/jour	10 000 yens/p. 3 jours	7 300 yens/100 2 jours	Piscine et sauna (2 000 yens)
Hôtel Miyako (15 500) 6-1-55, Uehommachi Tennoji-ku, Osaka 543 Tél. : (06) 773-1111 Télécopieur : (06) 773-3322	Location de machine : sans frais	10 000 yens/p.	2 800 yens/100	Racketball, piscine et sauna (4 000 yens)
Hilton International (17 000) 1-8-8, Umeda Kita-ku, Osaka 530 Tél. : (06) 347-7111 Télécopieur : (06) 347-7001	2 000 yens/p.	15 000 yens/p. 3 jours	4 000 yens/100	Disponibles sans frais
Hôtel Kokusai (8 900) 2-33, Hommachi-bashi Chuo-ku, Osaka 542 Tél. : (06) 941-2661 Télécopieur : (06) 942-5362	S/O	S/O	S/O	S/O
Hôtel ANA-Sheraton (16 000) 1-3-1, Dojimahama Kita-ku, Osaka 530 Tél. : (06) 347-1112 Télécopieur : (06) 348-9208	Location de machine : sans frais	15 000 yens/p. 3 jours	3 jours	Piscine et sauna (3 000 yens)

Hôtel (yens/nuit)	Service de dactylographie	Service de traduction	Impression de cartons d'identification	Installations sportives
Osaka *(suite)*				
Holiday Inn Nankai (16 500) 2-5-15, Shinsaibashisuji Chuo-ku, Osaka 542 Tél. : (06) 213-8281 Télécopieur : (06) 213-8640	Location de machine : sans frais	S/O	3 000 yens/100 5 jours	S/O
Hôtel Plaza (18 500) 2-2-49, Oyodo-Minami Kita-ku, Osaka 530 Tél. : (06) 453-1111 Télécopieur : (06) 454-0169	1 000 yens/p. Location de machine : 2 000 yens/jour	S/O	6 800 yens/100	S/O
Kobe				
Hôtel Okura (19 000) 2-1, Hatoba-cho Chuo-ku, Kobe 650 Tél. : (078) 333-0111 Télécopieur : (078) 333-6673	2 500 yens/p. 3 jours	5 000 yens/p.	3 900 yens/100	Gymnase, piscine et sauna
Hôtel Portpia (18 000) 6-10-1, Minatojimanaka-machi Chuo-ku, Kobe 650 Tél. : (078) 302-1111 Télécopieur : (078) 302-6877	2 500 yens/p. Location de machine : 2 500 yens/jour	3 000 yens/p.	S/O	Gymnase, terrain de tennis, piscine et sauna
Hôtel Oriental (16 000) 25, Kyomachi Chuo-ku, Kobe 650 Tél. : (078) 331-8111 Télécopieur : (078) 391-8708	S/O	S/O	Limité	S/O
Kyoto				
Hôtel Miyako (15 300) Sanjo Keage Kyoto 605 Tél. : (075) 771-7111 Télécopieur : (075) 751-2490	Location de machine : sans frais	5 000 yens/p.	1 000 yens/100 3 jours	S/O
Hôtel Takaragaike Prince (27 000) Takaragaike, Sakyo-ku Kyoto 606 Tél. : (075) 712-1111 Télécopieur : (075) 712-7677	Location de machine : sans frais	S/O	7 800 yens/100 3 jours	S/O
Nara				
Hôtel Nara 1096, Takabatake-cho Nara 630 Tél. : (074) 226-3300 Télécopieur : (0742) 23-5252	S/O	S/O	4 000 yens/100 4 jours	S/O

Traduction

À l'extérieur de la région métropolitaine de Tokyo, les Japonais ne comprennent pas beaucoup le français et l'anglais. Il est donc vital de vous assurer de pouvoir communiquer efficacement. Même si votre interlocuteur possède son propre interprète, c'est une bonne chose d'en faire autant de votre côté, du moins lors de la rencontre initiale et des réunions importantes qui auront lieu par la suite. Le fait de retenir les services d'un interprète démontre le sérieux de vos intentions. Il faut à un interprète de nombreuses années d'expérience avant de maîtriser son art; par conséquent, si vous faites appel aux services d'une personne compétente, vous vous éviterez d'inutiles malentendus. Par ailleurs, un interprète habitué au domaine des affaires pourra vous donner une évaluation objective des résultats de vos pourparlers. Il arrive parfois que certains propos passés sous silence aient autant d'importance que les paroles prononcées . . .

Le consulat général n'offre pas de services d'interprète, mais il peut prendre des dispositions pour vous à cet effet auprès d'un cabinet local dont les prix sont très concurrentiels. Voir la liste de services de traduction au chapitre intitulé « Adresses utiles au Japon » et le tableau 6 pour une estimation des coûts. Il importe de noter que les prix pourraient être plus élevés si vous vous adressez à une agence directement.

À Osaka, les interprètes sont généralement très pris au printemps et en automne. Il est donc souhaitable de donner un préavis de quatre semaines. Prévoyez également une rencontre avec votre interprète avant votre réunion d'affaires. Cette session d'information vous permettra de passer en revue tout problème de vocabulaire spécialisé, de fournir de plus amples renseignements à votre sujet et au sujet de votre entreprise et de préciser ce que vous escomptez de votre réunion d'affaires. Utilisez un langage simple. Évitez l'emploi de doubles négations et d'expressions idiomatiques ou humoristiques qui se traduisent mal. Il arrive malheureusement que celui qui parle le fasse pour ne rien dire, ce qui n'est pas sans créer des difficultés dans les cas d'une traduction consécutive. Il se peut que votre interprète doive atténuer certains de vos propos qui, autrement, pourraient choquer les oreilles de vos interlocuteurs japonais, ou qu'il doive prendre le temps d'expliquer à ceux qui l'écoutent des notions avec lesquelles ils ne sont pas familiers. Il vous faudra donc faire preuve de patience. Une fois la réunion terminée, demandez à votre interprète de vous en faire un compte rendu, particulièrement s'il n'a pas toujours eu le temps de traduire tous les propos de vos interlocuteurs.

Tableau 6

Coûts habituels d'une tournée de promotion à Tokyo/Osaka (en yens)

Déplacements et hébergement (cinq nuits)	
Autocar de Narita à Tokyo (50 km)	2 500
Hébergement à Tokyo (deux nuits) plus taxe	40 000
Repas (deux jours)	18 000
Faux frais	5 000
TGV vers Osaka	13 100
Autocar et taxi jusqu'à l'hôtel	2 000
Hébergement à Osaka (trois nuits) plus taxe	45 000
Repas (trois jours)	27 000
Autocar jusqu'à l'aéroport d'Osaka	360
Vol d'Osaka vers Narita	15 600
Autres dépenses	
Cartes de visite (200)	2 400
TOTAL PARTIEL	170 960

Nota : On peut trouver des hôtels moins dispendieux à Tokyo et à Osaka. Les hôtels destinés aux gens d'affaires (Business hotels), par exemple, coûtent la moitié du prix mais l'espace et les services disponibles ne sont pas comparables à ceux qu'offrent les grands hôtels. Consultez le Consulat général pour plus d'information.

Services d'interprète*	
Interprète de classe B (cinq jours)	190 000
Classe S ¥ 80 000 (journée complète) ¥ 55 000 (demi-journée) ¥ 10 000 (temps supplémentaire, à l'heure)	
Classe A 57 000 yens (journée complète) 40 000 yens (demi-journée) 9 200 yens (temps supplémentaire, à l'heure)	
Classe B 38 000 yens (journée complète) 26 000 yens (demi-journée) 6 000 yens (temps supplémentaire, à l'heure)	
TOTAL	360 960

* À Osaka, les interprètes des classes A et S sont les mieux qualifiés; ils sont en mesure de fournir tous les types d'interprétation y compris l'interprétation simultanée. Les interprètes de classe S sont en mesure de se débrouiller dans toutes les situations. Selon le degré de difficulté technique, les interprètes de classe B sont en mesure de rendre la plupart des discussions d'affaires. Pour des discussions sérieuses, ne retenez pas les services d'interprètes de classe C, qui sont surtout utiles dans le cas de visites touristiques ou lorsque la conversation se déroule à bâtons rompus.

9 Ouvrages de référence

Généralités

Reischauer, Edwin O. *The Japanese*. Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press, 1978.

Seward, Jack. *Japanese in Action*. New York et Tokyo, Weatherhill, John Inc., 1968.

Morley, John David. *Pictures from the Water Trade*. Londres, Flamingo, 1985.

Abegglen, James C. et George Stalk Jr. *Kaisha — The Japanese Corporation*. New York, Basic Books Inc., 1985.

Domaine des affaires, de l'économie et de l'industrie

Van Wolferen, Karel. *The Enigma of Japanese Power*. Londres, MacMillan London Ltd., 1989.

Prestowitz, Jr., Clyde V. *Trading Places*. Tokyo, Charles Tuttle, 1988.

Lecraw, Donald J. *Exporting Canadian Manufactured Products to Japan: How to Increase Success*. Ottawa, Ministère des Affaires extérieures, 1986.

Japan Economic Almanach (annuel). Tokyo, Nihon Keizai Shinbun *(Japan Economic Journal)*.

Publications d'affaires du Kansai

Osaka Business Guide. La Chambre du commerce et de l'industrie d'Osaka. *An Economic Profile of Osaka*. La Chambre du commerce et de l'industrie d'Osaka.

Current Economic Survey of Kobe. La Chambre du commerce et de l'industrie de Kobe.

Osaka and Kansai; Financial and Economic Statistics. L'Association des banquiers d'Osaka, 3-3-5, Tanimachi, Chuo-ku, Osaka; tél. : (06) 942-1371.

Publications de la JETRO

JETRO Marketing Series; Business Information Series; Access to Japan's Import Market Series; Your Market in Japan Series. On peut se procurer ces publications auprès du bureau de la JETRO à Toronto, Suite 700, Britannica House, 151 Bloor Street West, Toronto (Ontario) M5S 1T7. Tél. : (416) 962-5050. On peut également les consulter (certains ouvrages de ces collections sont en français) au bureau de la JETRO à Montréal, 1800, av. McGill College, bureau 2902, Montréal (Québec) H3A 3J6. Tél. : (514) 849-5911.

10 Adresses utiles au Japon

Consulat général du Canada
12th Floor Daisan Shoho Building
2-2-3, Nishi-Shinsaibashi
Chuo-ku, Osaka 542
Téléphone : (06) 212-4910
Télécopieur : (06) 212-4914

Ambassade du Canada
3-38, Akasaka-7 chome
Minato-ku, Tokyo 107
Téléphone :
(03) 408-2101
Télécopieur :
(03) 470-7278

Adresse postale
P.O. Box 150
Osaka, Minami 542-91
Japon

Compagnies aériennes

Air Canada (Tokyo)	(03) 586-3891
Lignes aériennes Canadien International (Tokyo)	(03) 281-7426
Lignes aériennes Canadien International (Osaka)	(06) 346-5591
Japan Airlines (Vols internationaux)	(06) 203-1212
Japan Airlines (Vols intérieurs)	(06) 201-1231
United Airlines	(06) 271-5951
Cathay Pacific Airways	(06) 245-6731
Northwest Airlines	(06) 228-0747
China Airlines	(06) 946-1702
Lufthansa Airlines	(06) 345-0231

Trains

Gare Shin-Osaka	(06) 304-1000
Renseignements et réservations	(06) 304-2191

Services d'appels outre-mer

Service de renseignements	104
Centre de renseignements KDD	(06) 228-2300
Appels outre-mer	0051

Services de traduction et d'interprétation

Inter Group Corporation
6-23, Chaya-machi
Kita-ku, Osaka 530
Téléphone : (06) 372-8048
Télécopieur : (06) 372-6164

Simul International Inc.
Yodoyabashi Sankyo Building
4-7-5, Koraibashi, Chuo-ku
Osaka 540
Téléphone : (06) 223-0313
Télécopieur : (06) 223-0312

Staff Service
Daini Yuraku Building 8F
4-1-7, Hommachi, Chuo-ku
Osaka 540
Téléphone : (06) 267-7201
Télécopieur : (06) 267-7205

Temporary Centre
Nichimen Building 2-2-2
Nakanoshima, Kita-ku
Osaka 530
Téléphone : (06) 204-1431
Télécopieur : (06) 204-1430

Graphisme, impression et édition

Gold Coast Productions
Shin Chuo Building 3F
4-2-9 Kyutarocho Chuo-ku
Osaka 541
Téléphone : (06) 241-6353
Télécopieur : (06) 241-0183

Chambres de commerce

Chambre du commerce et de l'industrie d'Osaka
Division internationale
58-7, Uchi-Honmachi, Hashizume-cho
Téléphone : (06) 944-6402
Télécopieur : (06) 944-6250

Chambre du commerce et de l'industrie de Kyoto
Ebisugawa-agaru, Karasuma-dori
Nakagyo-ku, Kyoto 604
Téléphone : (075) 231-0181
Télécopieur : (075) 255-1985

Chambre du commerce et de l'industrie de Kobe
6-1, Minatojima-nakamachi
Chuo-ku, Kobe 650
Téléphone : (078) 303-5806
Télécopieur : (078) 303-3312

Police

Police (cas d'urgence) Tél: 110
Police (poste de police d'Osaka,
service aux étrangers) Tél: (06) 943-1234

Services juridiques

Inoue Law Office
N° 705, Do Building
2-6-8, Nishi-Temma
Kita-ku, Osaka 530
Tél. : (06) 365-8831

M. Komatsu Law and Patent Office
N° 301, Osaka Shinko Building
3-8-13, Nishi-Temma
Kita-ku, Osaka 530
Tél. : (06) 363-0526

Oh-ebashi Law Office
N° 709, Umeda Shinmichi Building
1-1-5, Dojima, Kita-ku, Osaka
Tél. : (06) 341-0461

Shiomi and Yamamoto Law Office
Takahashi Building, Hon-kan 7F
5-9-3, Nishi-Temma
Kita-ku, Osaka 530
Tél. : (06) 229-2241

Nakanoshima Law Office
Shoei Building, Minami-kan
4-1-11, Nishi-Temma
Kita-ku, Osaka 530
Tél. : (06) 364-2331

Soins médicaux

Médecins et dentistes (qui parlent l'anglais)

Hôpital Kaisei
3-11-15, Shinoharakita-machi
Nada-ku, Kobe 657
Tél. : (078) 871-5201

Hôpital Sumitomo
5-2-2, Nakanoshima
Kita-ku, Osaka 530
Tél. : (06) 443-1261

Centre hospitalier du département de médecine de l'Université d'Osaka
1-1-50, Fukushima
Fukushima-ku, Osaka 553
Tél. : (06) 458-5821

Dr G. Barraclough (médecin)
4-23-11, Ninomiya-cho
Chuo-ku, Kobe 650
Tél. : (078) 241-2896

Dr Onishi (dentiste)
1-48, Shibata-cho
Kita-ku, Osaka 530
Tél. : (06) 372-8254

Clinique médicale de la section de dentisterie de l'Université d'Osaka
Kita Hankyu Building
1-4-8, Shibata-cho
Kita-ku, Osaka 530
Tél. : (06) 372-8254

Clinique dentaire Iwasa (Dr Masakiyo Iwasa)
Nagahori-chuo Building 2F
1-20-10, Higashi-Shinsaibashi
Chuo-ku, Osaka 542
Tél. : (06) 252-5487

Dr T. Nitta (clinique dentaire)
Osaka International Airport Terminal Building
3-555, Hotarugaike-Nishi-machi
Toyonaka-shi, Osaka 560
Tél. : (06) 856-7484

Clinique ophtalmologique Iwasaki (opticien)
1-4-27, Shinsaibashi-suji
Chuo-ku, Osaka 542
Tél. : (06) 252-0418

11 Adresses utiles au Canada

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada

Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ)
Direction générale de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique
Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 995-1281
Télex : 053-3745
Télécopieur : (613) 996-4309

Centres du commerce international

Alberta
Centre du commerce international
Canada Place
Suite 540
9700 Jasper Avenue
Edmonton (Alberta)
T5J 4C3
Téléphone : (403) 495-2944
Télex : 0372762
Télécopieur : (403) 495-4507

Centre du commerce international
Suite 1100
510 – 5th Street Southwest
Calgary (Alberta)
T2P 3S2
Téléphone : (403) 292-6660
Télécopieur : (403) 292-4578

Colombie-Britannique
Centre du commerce international
P.O. Box 11610
900 – 650 West Georgia Street
Scotia Tower
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Téléphone : (604) 666-1444
Télex : 0451191
Télécopieur : (604) 666-8330

Île-du-Prince-Édouard
Centre du commerce international
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400
P.O. Box 1115
Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Téléphone : (902) 566-7400
Télex : 01444129
Télécopieur : (902) 566-7450

Manitoba
Centre du commerce international
8th Floor
330 Portage Avenue
P.O. Box 981
Winnipeg (Manitoba)
R3C 2V2
Téléphone : (204) 983-8036
Télex : 0757624
Télécopieur : (204) 983-2187

Nouveau-Brunswick
Centre du commerce international
Place Assomption
770, rue Main
C.P. 1210
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Téléphone : (506) 851-6452
Télex : 0142200
Télécopieur : (506) 851-6429

Nouvelle-Écosse
Centre du commerce international
Central Guaranty Trust Building
1801 Hollis Street
P.O. Box 940, Station M
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Téléphone : (902) 426-7540
Télex : 01922525
Télécopieur : (902) 426-2624

Ontario
Centre du commerce international
4th Floor
Dominion Public Building
1 Front Street West
Toronto (Ontario)
M5J 1A4
Téléphone : (416) 973-5053
Télex : 06524378
Télécopieur : (416) 973-8161

Québec
Centre du commerce international
Tour de la Bourse
800, place Victoria
Bureau 3800
C.P. 247
Montréal (Québec)
H4Z 1E8
Téléphone : (514) 283-8185
Télex : 05560768
Télécopieur : (514) 283-3302

Saskatchewan
Centre du commerce international
6th Floor
105 – 21st Street East
Saskatoon (Saskatchewan)
S7K 0B3
Téléphone : (306) 975-5925
Télex : 0742742
Télécopieur : (306) 975-5334

Centre du commerce international
4th Floor
1955 Smith Street
Regina (Saskatchewan)
S4P 2N8
Téléphone : (306) 780-6108
Télécopieur : (306) 780-6679

Terre-Neuve et Labrador
Centre du commerce international
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
St. John's (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Téléphone : (709) 772-5511
Télex : 0164749
Télécopieur : (709) 772-2373

Industrie, Sciences et Technologie Canada

Administration centrale
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen
Ottawa (Ontario)
K1A 0H5
Téléphone : (613) 995-5771

Territoires du Nord-Ouest
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Precambrian Building
4922 – 52nd Street
Yellowknife (Territoires du Nord-Ouest)
X1A 2R3
Téléphone : (403) 920-8578
Télécopieur : (403) 873-6228
AES: (403) 920-2618

Yukon
Industrie, Sciences et Technologie Canada
108 Lambert Street
Suite 301
Whitehorse (Yukon)
Y1A 1Z2
Téléphone : (403) 668-4655
Télex : 0142200
Télécopieur : (403) 668-5003

Bureaux de la JETRO

JETRO
Suite 700 Britannica House
151 Bloor Street West
Toronto (Ontario) M5S 1T7
Téléphone : (416) 962-5050

JETRO
Place Montreal Trust Tower
Bureau 2902
1800, avenue McGill College
Montréal (Québec) H3A 3J6
Téléphone : (514) 849-5911

JETRO
World Trade Centre 660
999 Canada Place
Vancouver (Colombie-Britannique) V6C 3E1
Téléphone : (604) 684-4174